بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة آل البيت

كلية المال وإدارة الأعمال

قسم المحاسبة

# أثر التجارة الإلكترونية في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية في البنوك التجارية الأردنية
# ( من وجهة نظر المدقق الخارجي )

# The Effect of Electronic Commerce in Increasing the Using of Creative Accounting Techniques in Jordanian Commercial Banks (From the External Auditor Point of View)

إعداد :

عصام علي احمد الجنايدة

إشراف

الدكتور سليمان حسين البشتاوي

٢٠٠٨

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة آل البيت

كلية المال وإدارة الأعمال

قسم المحاسبة

# أثر التجارة الإلكترونية في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية في البنوك التجارية الأردنية ( من وجهة نظر المدقق الخارجي )

# The Effect of Electronic Commerce in Increasing the Using of Creative Accounting Techniques in Jordanian Commercial Banks (From the External Auditor Point of View)

إعداد :

عصام علي احمد الجنايدة

٠٤٢٠٥٠٤٠١٥

إشراف

الدكتور سليمان حسين البشتاوي

| لجنة المناقشة : | التوقيع |
|---|---|
| ١ ـ الدكتور / سليمان حسين البشتاوي | مشرفا ورئيساً.......................... |
| ٢ ـ الدكتور / محمد ياسين الرحاحلة | عضواً.................................. |
| ٣ ـ الدكتور / غسان فلاح المطارنة | عضواً................................. |
| ٤ ـ الدكتور / حسام الدين الخداش | عضواً................................. |

قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة في كلية إدارة المال والأعمال في جامعة آل البيت.

نوقشت وأوصي بإجازتها بتاريخ : / ٦ / ٢٠٠٨ م

# الإهـــــــداء

إلى من نسجت لي هذه الحياة وطرزتها بقلبها ..... إلى نبع الحــب والحنان ..... إلى الغالية ..... **زوجتي.**

إلى الشمع الذي يحرق نفسة ليضيء من هم حولهم ..... إلــى مــن قدمت أجمل التضحيات ..... إلى من يربا نفسيهما من خلال ابنائهم إلى الأعزاء ..... **أبي وامي.**

إلى من منحوني السعادة والوفاء والأمل ..... إلى مــن رافقــوني ولازمــوني علــى مــدار هــذه الــسنوات ..... إلــى إخــواني **( حسام .... محمد .... خلدون).**

إلى الزهور اليافعة ..... إلى الإبتسامة الشفافة ..... إلــى قطــرات الندى ..... إلى أخواتي **( عبير.... شروق .... خلود)**

**أهدي هذا الجهد المتواضع**

الباـــــحث

# الشكر والتقدير

**الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.**

**اما بعد .......**

**إن الشكر لله كثيراً على فضلة وتوفيقة لي بإتمام هذا العمل المتواضع، ولا يسعني في هذا المقام إلا أن اتقدم بجزيل الشكر والتقدير للدكتور سليمان حسين البشتاوي على كل ما قدمه من توجيهات ونصائح ومتابعة مستمرة إلى أن خرجت هذه الرسالة إلى حيز الوجود فله جزيل الشكر وعظيم الإمتنان.**

**واتقدم بجزيل الشكر والتقدير الخاص للدكتور عدنان ابوالهيجاء عميد كلية إدارة المال والأعمال على كل ماقدمه من مساعدة وتعاون خلال فترة دراستي.**

**كما أتقدم بالشكر الخاص والتقدير الكبير للدكتور جمال عادل الشرايري رئيس قسم المحاسبة على الدعم والمساندة الكبيرين خلال فترة الدراسة.**

**كما واتقدم بالشكر والأمتنان الكبير للدكتور هيثم القاضي لكل ماقدمه من مساندة ودعم كبيران في سبيل خروج هذه الدراسة إلى ماهي عليه الآن.**

**مع خالص شكري وتقديري**

**البـــاحث**

# قائمة المحتويات

## ملخص الدراسة باللغة العربية

## أثر التجارة الإلكترونية في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية في البنوك التجارية الأردنية ( من وجهة نظر المدقق الخارجي )

**إعداد :**

**عصام علي احمد الجنايدة**

**إشراف**

**الدكتور سليمان حسين البشتاوي**

**هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي :**

سعى الباحث إلى بيان طبيعة ومفهوم وتقنيات ( أساليب ) المحاسبة الإبداعية، وكيفية إستخدام تقنيات وأساليب المحاسبة الإبداعية من قبل البنوك التجارية في عمليات التضليل المالي وبيان البعد الأخلاقي للمحاسبة الإبداعية.بيان سبب إستخدام البنوك التجارية لتقنيات المحاسبة الإبداعية وارتكاب الإنحرافات المقصودة فيها لتظليل وتجميل القوائم المالية، وبيان الإجراءات المتبعة عند وجود مؤشرات تدل على وجود تلاعب وتظليل في القوائم المالية. .بيان الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من خلال المفهوم والأهمية والأنواع والمزايا، وبيان فائدة التجارة الالكترونية لكل من الشركات والمؤسسات والمستهلكين والمجتمع، بيان العلاقة بين علم المحاسبة والتجارة الإلكترونية، وموثوقية التجارة الإلكترونية، وبيان المخاطر المتأتية من التجارة الإلكترونية والفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية .

ولتحقيق هذه الأهداف تم تصميم إستبانة وتوزيعها على عينة من شركات التدقيق والتي تقوم بعملية التدقيق على البنوك التجارية الأردنية والبالغة عددها ٦ شركات تدقيق. وتم توزيع الإستبانات بالطريقة العشوائي على ٤٠ فرداً ممن يعملون لدى شركات التدقيق التي تقوم بعملية التدقيق على البنوك التجارية الأردنية، وتم توزيع أداة الدراسة (الاستبانة) عليهم، استرد منها ٣٨ استبانة صالحة لأغراض التحليل الاحصائي أي بنسبة استرداد بلغت (٩٥%)، وبالتالي فإن مجموع الاستبانات التي استخدمت في التحليل الاحصائي بلغت ٣٨ استبانة.

**وأظهرت نتائج الدراسة ما يلي :ـ**

١ ــ يحتوي الموقع الالكتروني على الوصف الكامل والشامل للمنتوج من حيث طراز المنتوج وخصائص المنتوج والمعطيات الفنية والسعر وموعد التزويد ومدة الكفالة.

٢ ــ يكون للسجل الالكتروني والعقد الالكتروني ورسالة البيانات والمعلومات الالكترونية والتوقيع الالكتروني نفس الآثار القانونية على الوثائق والمستندات والتوقيعات الخطية من حيث إلزامها لأطرافها أو حجيتها في الإثبات.

٣ــ لا يوجد علاقة بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارية الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، إذ أن معظم المعاملات الالكترونية تستغني عن التوثيق المستندي بالتوثيق الالكتروني.

٤ــ إن الاحتفاظ بمستندات أو معلومات أو سجلات بعينها يحقق مستلزمات الوفاء القانوني المطلوب إذا تم الاحتفاظ برسالة البيانات ، كما أنه يجوز استخدام رسالة البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض.

٥ ــ تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الايجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام، كما يمكن اعتبارها صادرة عن المنشئ سواء صدرت لحسابه أو بواسطة وسيط الكتروني معد للعمل آلياً بواسطة المنشئ أو من ينيبه.

٦ ــ تعتبر رسالة البيانات أنها صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من شخص له صلاحية التصرف نيابة عن المنشئ، وإذا أرسلت من نظام معلومات مبرمج على يد المنشئ أو نيابة عنه للعمل تلقائياً.

٧ ـ تعتبر رسالة البيانات المرسلة للمرسل إليه من المنشئ صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد إجرائها والموافقة عليها من كلا الطرفين للغرض الذي أنشأت من أجله.

٨ ـ تقوم البنوك التجارية الأردنية بوضع الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الالكترونية في النشاط المصرفي والمالي وتطويرها وتحديثها بشكل مستمر.

**وخرجت الدراسة بالتوصيات التالية:ـ**

١ـ يجب على البنوك التجارية الأردنية القيام بوضع الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الالكترونية في النشاط المصرفي والمالي ويقوم بتطويرها وتحديثها بشكل مستمر، وعقد الدورات التدريبية اللازمة للموظفين عليها بهدف زيادة كفاءتهم في استخدامها.

٢ـ يجب أن لا تتعارض الصلاحيات التنظيمية والرقابية للعمليات الالكترونية وصلاحية فرض الغرامات مع أحكام القوانين والأنظمة النافذة.

٣ ـ ضرورة أن تقوم البنوك التجارية الأردنية بالتنسيق مع وزارة المالية بهدف تطبيق أنظمة الدفع لديها ولدى الجهات الحكومية ذات العلاقة.

٤ـ يجب على البنوك التجارية الأردنية إنشاء الإدارة أو الإدارات اللازمة ضمن هيكلية البنك لمزاولة مهام الإشراف والرقابة على تطوير وتفعيل أنظمة الدفع، والاشتراك في الهيئات والمؤسسات ذات الصلة بأنظمة الدفع الالكتروني.

٥ ـ على كل مؤسسة مالية تمارس أعمال التحويل الإلكتروني للأموال الالتزام والتقيد بأحكام قانون البنك وقانون البنوك ذات العلاقة والأنظمة والتعليمات الصادرة.

# الإطار المنهجي للدراسة

- المقدمة.
- مشكلة الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- فرضيات الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- نموذج الدراسة.
- مجتمع الدراسة وعينتها.
- منهجية الدراسة واسلوب جمع البيانات.
- التعريفات الاجرائية.

# الإطار المنهجي للدراسة

## المقدمـــــــــــــة: ـ

في الأعوام السابقة القربية ظهر فن جديد يقوم على تجميل القوائم المالية بالشكل الذي يساهم على إظهار هذه القوائم مضللة بهدف التهرب الضريبي أو لدعوة المستثمرين لاستثمار أموالهم في تلك الشركات، واتفق على تسميته بالمحاسبة الإبداعية ( الخلاقة ) Creative Accounting ويكون ذلك باستغلال الإدارة للمرونة الموجودة في معايير المحاسبة الدولية، وتعدد البدائل ونقاط الضعف في السياسات المحاسبية المختلفة لإظهار القوائم المالية بصورة مضللة بحيث يخدم هذا التلاعب في القوائم المالية فئة معينه مستفيدة كالإدارة. وكون أن الإفصاح في القوائم المالية يؤثر على أصحاب المصالح بشكل عام، وعلى المستثمرين بشكل خاص مما يؤدي إلى ضياع أموالهم في شركات غير ناجحة، وبالتالي فإن وجود هذا التلاعب في القوائم المالية يساهم في إتخاذ قرارات خاطئة قد تؤدي إلى مالا يحمد عقباه من قبل المستثمرين الخارجيين.

ومن أبرز الأمثلة على إستخدام المحاسبة الإبداعية إفلاس شركة مساهمة كبرى في الولايات المتحدة الأمريكية Enron وغيرها من الشركات وما حدث في Enron كان مجرد البداية لسلسلة من الإنهيارات لكبرى الشركات الأمريكية .

والمتتبع يلاحظ أنه قد بدأ إستغلال تلك المهنة بشكل عكسي وذلك من خلال إستغلال الثغرات في معايير المحاسبة الدولية، واستغلال تلك الثغرات أو نقاط الضعف الموجودة في البيانات المحاسبية وتعدد تلك البدائل الموجودة لديه، وذلك من أجل إحضار قوائم مغايرة للحقيقة وذلك لمصلحة الإدارة ومن يدعمهم للقيام بها وتأمين الغطاء القانوني لهم.

ومنذ عهد قريب بدأت الشركات بإستخدام خدمة التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والسبب في ذلك يكمن بأن هذه الشبكة الإلكترونية غزت جميع دول العالم وبشكل متسارع وبواسطتها يمكن للشركات تسويق وبيع منتجاتها والوصول للمستهلك أينما كان وبتكلفة قليلة ويمكن القول بأن هذه الشبكة قد ألغت الحدود بين الدول .

وتقوم حالياً كثير من الشركات بإنشاء موقع لها على الشبكة تسمى بـ ( web page ) تسوق من خلالها منتجاتها، ويمكن للعميل إتمام عملية الشراء بإستخدام بطاقات الإعتماد والشراء على الحساب وذلك وفقاً لقيود وقوانين وروابط مصممة من قبل الشركة صاحبة الموقع .

وهنا لابد من التنويه بأن كثيراً من الشركات تتخوف من إستخدام التجارة الإلكترونية لما يصاحبها من مخاطر وخصوصاً إمكانية اختراق أنظمتها المحاسبية من قبل قراصنة الإنترنت، وإن انتشار التجارة الإلكترونية خلق فرص جديدة للتلاعب في القوائم المالية سواء من قبل الإدارة أو أطراف خارجية، وإذا تم التلاعب من قبل الإدارة يمكن إسناد هذا التلاعب إلى المحاسبة الإبداعية.

ونظراً للدور الذي تلعبه المحاسبية الإبداعية والتجارة الالكترونية في العصر الحديث ومما لهما من دور في المجتمعات من ناحية اقتصادية تم الاهتمام بالبحث في هذا الموضوع، ولذلك سوف نحاول من خلال هذه الدراسة العمل على إبراز أهمية القوائم المالية والتي تقوم على إعطاء الجهات المسؤولة سواء الداخلية أو الخارجية من معلومات لمستخدميها والتي يعتمد عليها في إتخاذ القرارات المهمة في المجالات المختلفة.

**<u>مشكلة الدراسة :ـ</u>**

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية :ـ

١ ـ هل يؤثر عدم التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارة الإلكترونية في زيادة استخدام تقنيات المحاسبة الالكترونية.

٢ ـ هل يؤثر وجود التشريعات القانونية للتجارة الإلكترونية في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

٣ ـ هل يؤثر وجود موقف قانوني من الرّسائل الإلكترونيةِ في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

٤ ـ هل يؤثر وجود التعاقد بالطرق الالكترونية في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

**<u>أهداف الدراسة :ـ</u>**

تهدف هذه الدراسة إلى :ـ

١ ـ بيان طبيعة ومفهوم وتقنيات ( أساليب ) المحاسبة الإبداعية، وكيفية إستخدام تقنيات وأساليب المحاسبة الإبداعية من قبل البنوك التجارية في عمليات التضليل المالي وبيان البعد الأخلاقي للمحاسبة الإبداعية.

٢ ـ بيان سبب إستخدام البنوك التجارية لتقنيات المحاسبة الإبداعية وارتكاب الإنحرافات المقصودة فيها لتجميل وتضليل القوائم المالية، وبيان الإجراءات المتبعة عند وجود مؤشرات تدل على وجود تلاعب وتظليل في القوائم المالية.

٣ ـ بيان الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من خلال المفهوم والأهمية والأنواع والمزايا، وبيان فائدة التجارة الالكترونية لكل من الشركات والمؤسسات والمستهلكين والمجتمع .

٤ ـ بيان العلاقة بين علم المحاسبة والتجارة الإلكترونية، وموثوقية التجارة الإلكترونية، وبيان المخاطر المتأتية من التجارة الإلكترونية والفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية .

**أهمية الدراسة :ـ**

تنبع أهمية الدراسة من النقاط التالية :ـ

١ ـ بيان أثر المحاسبة الإبداعية على مخرجات النظام المحاسبي، وإبراز أهمية القوائم المالية والتي تقوم على توفير معلومات لمستخدميها سواء كانوا داخليين أم خارجيين والتي يعتمد عليها في إتخاذ القرارات المهمة في المجالات المختلفة.

٢ ـ إعادة ثقة المستفيدين الخارجيين بعدالة ومصداقية القوائم المالية من خلال إكتشاف التضليل في القوائم المالية ومحاولة حماية مستخدمي القوائم المالية من عمليات الغش والتضليل في القوائم المالية .

٣ ـ بيان طبيعة وماهية التجارة الالكترونية وتوضيح الفرق بينها وبين التجارة التقليدية، وبيان المخاطر المرافقة للتجارة الإلكترونية ومسبباتها وكيفية تفاديها.

٤ ـ بيان الأثر الذي يتركه إستخدام التجارة الإلكترونية على مصداقية وعدالة القوائم المالية.

٥ ـ بيان أهمية المحاسبية الإبداعية والتجارة الالكترونية في العصر الحديث ومما لهما من دور في المجتمعات من الناحية الإقتصادية ودور في المجتمعات من النواحي الأخرى.

**فرضيـــات الدراســـــة :ـ**

تستند الدراسة إلى فرضيات مفادها :ـ

١ ــ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارة الإلكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الالكترونية

٢ ـ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التشريعات القانونية للتجارة الإلكترونية وزيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

٣ ــ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف القانوني من الرّسائل الإلكترونيةِ وزيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

٤ ـ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاقد بالطرق الالكترونية وزيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الابداعية.

## الدراســـــات السابقـــــــــــة :ـ

### ١ ـ دراسة رابن ( Rabin,2004 ) بعنوان :ـ

**Determinates of Auditors Attitudes toward Creative Accounting**

هدفت هذه الدراسة إلى قياس إتجاهات المدققين نحو ممارسات المحاسبة الإبداعية، والعوامل التي تؤثر في ممارسات المحاسبة الإبداعية في بريطانيا. وقد توصلت الدراسة إلى أن إتجاهات المدققين نحو ممارسات المحاسبة الإبداعية تتعمد على طبيعة الأسلوب المستخدم، وموقف الإدارة من هذه الممارسات وأشارت كذلك إلى أن ممارسة المحاسبة الإبداعية تتأثر بعدد من العوامل الداخلية والخارجية، وتتمثل العوامل الداخلية منها بنتائج مالية غير متوقعة، والرغبة في الحصول على تمويل وقروض خارجية وضعف السيطرة على المنشأة الناجم عن ضعف الإدارة وأخلاق المديرين والنظام الإداري المستخدم، فيما إذا كان هناك تركيز للصلاحيات بأيدي أفراد محددين أو لا، أما العوامل الخارجية فتتمثل في تركيبة ملكية المنشأة ( ملكية فردية أم مؤسسية )[١].

### ٢ ـ دراسة أمات وجوثوربو ( Amat and Gowthorpw,2004 ) بعنوان :ـ

**Creative Accounting: Nature and Ethicel Issues**

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح طبيعة ممارسات المحاسبة الإبداعية ودرجتها في إطار الإعتبارات الإخلاقية، وقدمت الدراسة العديد من التعريفات لهذا النوع من الممارسات، وتوضح الدراسة التي شملت (٣٩) شركة إسبانية خلال الأعوام ( ١٩٩٩ ـــ ٢٠٠١ ) أن (٢٠%) من الشركات التي تمت دراستها مارست أساليب المحاسبة الإبداعية المتعلقة بالدخل[٢].

---

1 - Rabin CE, (2004) " Determinates of Auditors Attitudes Towards Creative Accounting, University of the Witwaterss available in www.soa.wits.ac.za

2 - Amat. O, Gowthorpe C, (2004), Creative Accounting Nature, Incidence and Ethical Issues, Journal of Economic Literature Classification: M41.

**٣ ـ دراسة ديزي وزملاؤه ( Desai et aI.,2003 ) بعنوان: ـ**

**The Reputationl Penalty for Aggressive Accounting Earning Restatements and Management Turnover**

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم العقوبات المتعلقة بسمعة المديرين الذين يمارسون عمليات التلاعب بالحسابات في الولايات المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة ايقاع عقوبات بالمديرين الذين يخرجون عن المبادئ المحاسبة المتعارف عليها ( GAAP )، وذلك بهدف حرمانهم من فرص الحصول على وظائف في المستقبل، والتشكيك في القوائم المحاسبية الصادرة عن المنشئات التي يعملون فيها[١] .

**٤ ـ دراسة شاو ( Shaw,2003 ) بعنوان :ـ**

**Corporate Disclosure Quality Earning Smoothing and Earnings Timelines**

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين المحلل المالي لمستوى جودة الإفصاح والتراكمات الإختيارية ( أرباح محتجزة إختيارياً ) من جهة وعلاقة العائد مع الدخل من جهة أخرى.

وأشارت النتائج إلى أن منشئآت الأعمال التي لديها مستوى عال من جودة الإفصاح تستخدم التراكمات الإختيارية ( أرباح محتجزة إختيارياً ) بهدف التدخل لمعالجة دخولها بشكل نفعي، اكثر من المنشئات ذات المستوى المتدني من جودة الإفصاح، وبالتالي فإن المستوى العالي من جودة الإفصاح يمكن أن يرافق زيادة في معالجة الدخول أو التلاعب بها[٢].

1 - Desai. H, Hogan C, Wilkins. M, (2003), The Reputational Penalty for Aggressive Accounting Earnings Restatements and Management Turnover, Working paper, M41. Available in: www.ssrn.com.

2 - Shaw,k, (2001) Corporate Disclusune Quality, Earning Management and Earning Timelines, Journal of Business Research, vol-56, Issue 12, Dec.

**٥ ـ دراسة اولفراس وامات ( Oliveras and Amat,2003 ) بعنوان :ـ**

**Ethics and Creative Accounting: Some Empirical Evidence on Accounting for Intangibles in Spain**

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح بعض الجوانب والأدلة على الممارسات المحاسبية الإبداعية وعلاقتها بأخلاقيات ممارسة مهنة المحاسبة عند التعامل مع الأصول غير الملموسة في اسبانيا، وقد توصلت الدراسة إلى أن القوائم والتقارير المالية تصبح ذات صلة بواقع المنشأة وذلك بسبب زيادة الأصول غير الملموسة أو تخفيضها، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن هذا النوع من الأصول يحمل أهمية كبيرة ويحتل مكانة إستراتيجية في عمليات تقييم أداء المنشئآت.

ووجدت الدراسة كذلك أن غالبية إستخدامات أساليب التلاعب في الأصول غير الملموسة للمنشئآت كانت تستهدف ترغيب المؤسسات المصرفية لمنح قروضاً عند طلب ذلك[١].

**6 ـ دراسة تروسل ( Trussel,2003 ) بعنوان :ـ**

**Assessing Potential Accounting Manipulation: The Financial Characteristic Charitable Organization**

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم عمليات التلاعب في الحسابات بالمؤسسات غير الربحية والمنظمات الخيرية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن هذه المنظمات تهدف إلى تحسين صورتها المالية لجلب مزيد من التبرعات، لذلك يتم التلاعب بنسب الإنفاق، وقامت الدراسة كذلك بتحليل الخصائص المالية التي يتوقع ممارستها لعمليات التلاعب، فكانت هذه الجمعيات تتسم بأنها جمعيات كبيرة الحجم، ونفقاتها عالية[٢].

---

1 - Oliveras. E, Amat. O, (2003). Ethics and Creative Accounting: Some Empirical Evidence on Accounting for Intangibles in Spain, University of Pompous Fabra, Economics and Business Working Paper No. 732. Available in www.upf.edu.

2 - Trussel, j., (2003), Assessing Potential Accounting Manipulation: The financial Characteristic Charitable Organization with Higher than Expected program, Nonprofit
and Voluntary Sector Quarterly, Dec. 2003, Vol. 32, No 4.

**٧ ـ دراسة مارتن ( Martin,2002 ) بعنوان :ـ**

**A Case in Earning Quality: Issus in Accounting Education.**

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في التغيرات الأخيرة في تعيين المديرين واعضاء مجلس الإدارة وتنقلاتهم في الشركة ZAR, Inc. الأمريكية نظراً للتدني الإقتصادي الكبير في الأونة الأخيرة، وذلك للإطلاع على وجهات نظرهم في الآليات والطرق التي ينوون إستخدامها لرفع كفاية الدخل، علماً بأن هذه الشركة تعد من الشركات فائقة التكنولوجيا، وتمثل مركزاً مهماً جداً في السوق.

وقد توصلت الدراسة إلى أن توجيهات المديرين تتركز حول تحسين الوضع المالي للشركة من خلال إستخدام جميع السياسات المحاسبية، التي تسهم في إظهار وضع مستقبلي أفضل، مما ينعكس بالتالي على جودة الأرباح، وأن المديرين غير مدركين لخطورة إستخدام أساليب تحسين صورة الدخل[١].

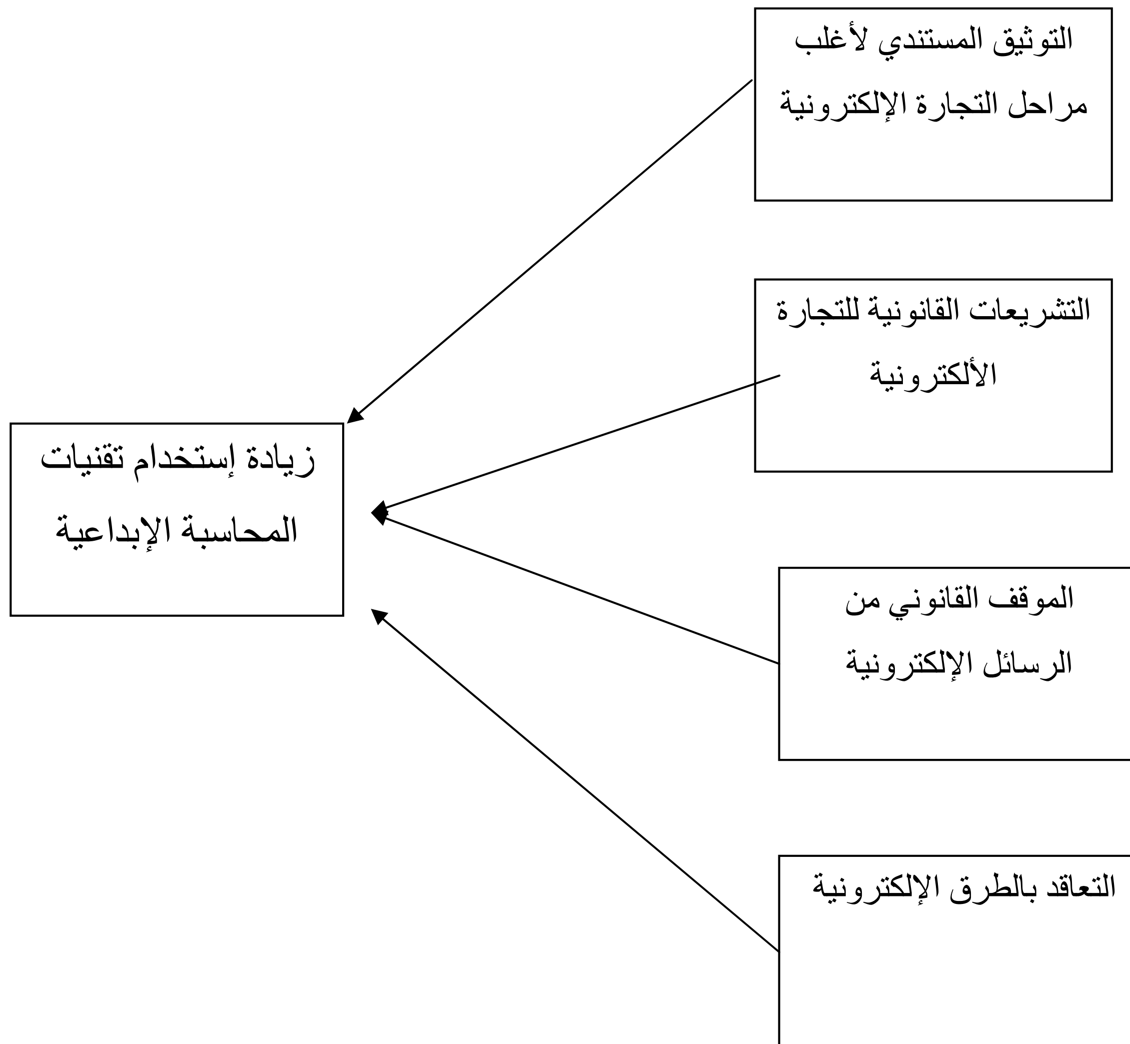
1 - Martin W. Himmy, (2002) Zar, Inc. A Case in Earning Quality, Issue in Accounting Education, Vol. 17, 4. Nov.

**مجتمع الدراســـــة :ـ**

أجريت الدراسة على شركات التدقيق التي تقوم بعملية التدقيق على البنوك التجارية الأردنية والبالغة عددها ٦ شركات تدقيق. وقد شمل مجتمع الدراسة الموظفين العاملين في مختلف المستويات التعليمية والبالغ عددهم ٤٠ فرداً.

**عينة الدراســـــة :ـ**

تم اختيار عينة الدراسة بالأسلوب العشوائي والبالغة ٤٠ فرداً من شركات التدقيق التي تقوم بعملية التدقيق على البنوك التجارية الأردنية، وتم توزيع أداة الدراسة (الاستبانة) عليهم، استرد منها ٣٨ استبانة صالحة لأغراض التحليل الاحصائي أي بنسبة استرداد بلغت (٩٥%)، وبالتالي فإن مجموع الاستبانات التي استخدمت في التحليل الاحصائي بلغت ٣٨ استبانة.



**منهجية الدراسة وأسلوب جمع البيانات :ـ**

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ولتحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث بإتباع الإجراءات التي تكفل ذلك من خلال ما يلي :

١ ـ مراجعة أدبيات الدراسة في الكتب والدوريات والدراسات وعلى الإنترنت.

٢ ـ ولهدف جمع البيانات الخاصة بالجانب الميداني تم تصميم إستبانه لهذا الغرض.

**الهيكل التنظيمي للدراسة :ـ**

رأى الباحث أن الدراسة وأهدفها تتطلب تبويب خطة الدراسة على النحو التالي :ـ

**الإطار المنهجي للدراسة :ـ**

حيت تم تناول : أهمية الدراسة، وأهداف الدراسة، ومشكلة الدراسة، وفرضيات الدراسة، والدراسات السابقة، ونموذج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها.

**الفصل الأول : التجارة الإلكترونية**

وتناول هذا الفصل، ماهية وأهمية ومميزات وانواع التجارة الإلكترونية، وكيفية بناء نموذج التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، علاقة التجارة الإلكترونية بعلم المحاسبة، أثر التجارة الإلكترونية على كل من المحاسبة والتدقيق، التجارة الإلكترونية وعلاقتها بمعايير المحاسبة ومعايير التدقيق، مخاطر التجارة الإلكترونية، الحلول المقترحة للسيطرة على مخاطر التجارة الإلكترونية، الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية،المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الالكترونية،الصعوبات والتحديات التي تواجة التجارة الإلكترونية.

**الفصل الثاني : المحاسبة الإبداعية**

وتناول هذا الفصل، ماهية ونشأت المحاسبة الإبداعية، وفن التلاعب بالحسابات، والتقنيات والأساليب المستخدمة في المحاسبة الإبداعية، ومعايير المحاسبة الدولية، ولجنة معايير المحاسبة الدولية، ومفهوم المحاسبة الدولية، وأهداف لجنة معايير المحاسبة الدولية، وميزات تبني أدلة ومعايير دولية بإعتبارها أدلة ومعايير وطنية، ومساوئ الإستخدام القسري للمعايير الدولية، وأعداد القوائم المالية وفقاً لمعايير المحاسبة الدولية، وأساليب المحاسبة الإبداعية، وأخلاقيات إستخدام المحاسبة الإبداعية، ودافع إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية، ودور التدقيق في الحد من إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

**<u>الفصل الثالث</u> :ـ تحليل البيانات وإختبار الفرضيات:**

حيث تناول هذا الفصل أساليب جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات وإختبار الفرضيات وكذلك عرض البيانات وإختبار الفراضيات ومن ثم التوصل إلى النتائج.

## التعريفات الإجرائية :ـ

**المحاسبة الإبداعية [١]:ـ**

بعض الإجراءات المحاسبية التي تلجأ اليها الشركات في بعض الأحيان سعياً وراء إحداث تحسين صوري ( غير حقيقي ) إما في ربحيتها أو في مركزها المالي وذلك عن طريق إستغلال الثغرات المتواجدة في أساليب التدقيق الخارجي بالإستفادة من تعدد البدائل المتوفرة في السياسات المحاسبية التي تتيح المعايير المحاسبية للمنشأة إتباعها في مجالات أساليب القياس والإفصاح المتبعة في إعداد القوائم المالية. مما يؤثر سلباً على نوعية الأرقام التي تظهرها تلك القوائم سواء بالنسبة للأرباح أو بالنسبة للمركز المالي ومن ثم على مصداقية النسب المالية.

**تقنيات المحاسبة الإبداعية: ـ**

هي أحد جميع الطرق التي تستخدم في التلاعب في الأرقام الواردة في القوائم المالية وذلك عن طريق الأخذ بجميع الخيارات الممكن إستغلالها في هذا النوع من التضليل[٢].

**المحاسبة المتعددة ( النفعية ):ـ**

وهي إستغلال الخيارات والتطبيقات المتعددة للمبادئ المحاسبية بشكل معتمد، للوصول إلى نتائج محددة بشكل مسبق، وعادة ما تكون على شكل مكاسب حالية مرتفعة، سواء أتم إتباع المبادئ المحاسبية المتعارف عليها، والمقبولة قبولاً عاماً أم لا[٣].

---

١ ـ محمد مطر، الإتجاهات الحديثة في التحليلي المالي والإئتماني، عمان، دار وائل للنشر، ط٢٠٠٣،١م.
٢ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، رسالة دكتوراة جامعة عمان العربية للدراسات العليا٢٠٠٦،ص(٥٤).
3 - Mulford, Comisky, The Financial Numbers Gambers, (2002),p(3).

# الفصـــــــــل الأول :

# التجــــارة الإلكترونيـــــــة

## المقـدمــــــــة :

إن التمكن من إختراع شبكة الإتصالات المعقدة الحديثة والمتمثلة بشبكة الإنترنت تمكن من إزالة الحدود بين دول العالم، وجعل العالم أشبة بالقرية الواحدة، وظهر ضمن هذا الإختراع آليات وأدوات تعامل متعددة الأشكال والأغراض.

وتعد أداة أو آلية التجارة الإلكترونية إحدى الأدوات الحديثة التي أفرزتها شبكة الإنترنت، ورافق ظهورها تغير جوهري ببيئة الأعمال الخاصة بها، فمن جهة هي أداة ذات طابع غير ملموس، ومن جهة أخرى ونظراً لطابعها الفريد من نوعه رافقها غياب التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية التي تتم من خلالها.

سيحاول الباحث في هذا الفصل شرح طبيعة وماهية التجارة الإلكترونية، وتوضيح الفرق بينها وبين التجارة التقليدية، ومن ثم إظهار أثرها على بيئة الأعمال الخاصة بها، وكيف أن البيئة الجديدة للأعمال أحدثت وستحدث تغيرات كبيرة على مهنتي المحاسبة والتدقيق.

وانطلاقاً من مفهوم أن كلاً من مهنة المحاسبة والتدقيق تؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل بها، سيقوم الباحث بمحاولة شرح العلاقة المتبادلة بين بيئة التجارة الإلكترونية ومهنة المحاسبة والتدقيق من جهة.

كما سيتطرق الباحث إلى المخاطر المرافقة للتجارة الإلكترونية، ومسبباتها، وكيفية تفاديها، ومدى تأثير هذه المخاطر على آلية الإعتراف بالإيراد محاولاً إيجاد حلول مناسبة تساعد بإستغلال التجارة الإلكترونية بشكل أمن والإستفادة منها بشكل يخدم المتعاملين بها.

## التجـــارة الإلكترونيـــة E-commerce

بدأ مصطلح التجارة الإلكترونية في الظهور بعد عام ١٩٩٤ حيث أن هذا المصطلح إرتبط وبشكل كامل مع إختراع شبكة الإنترنت internet والتي غزت بشكل منقطع النظير، فشبكة الإنترنت تعد من أهم إختراعات هذا العصر والتي إستطاعت ربط دول العالم بشكل لم يكن من الممكن تخيله سايقاً.

ولا بد من التعرف على شبكة الإنترنت أولاً قبل التعرف على التجارة الإلكترونية وخصوصاً لخلط البعض بين مفهوم شبكة الإنترنت العالمية internet والشبكة العنكبوتية العالمية ( WWW ) وهو إختصار World Wide Web [١] :-

- شبكة الإنترنت العالمية internet :-

هي عبارة عن شبكة إتصالات عالمية تربط بين ملايين شبكات الإتصال وملايين أجهزة الكمبيوتر بشتى اشكالها وأنواعها.

- الشبكة العنكبوتية العالمية World Wide Web :-

وهي إحدى الخدمات المشهورة التي توفرها شبكة الإنترنت العالمية والتي تساعد على الدخول إلى مليارات المواقع الموجودة على الشبكة.

### * ماهية التجارة الإلكترونية E-commerce

يمكن القول بأن مصطلح التجارة الإلكترونية ببساطة يعني إستخدام الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة مع التركيز على إستخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد.

ونظراً لحداثة هذا الموضوع فقد تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم التجارة الإلكترونية حيث يعرفها "بست" على أنها "توزيع وتسويق وبيع السلع والخدمات بوسائل الكترونية"( Besat,2000 ). وقد عرفها "ماير" على أنها "تبادل السلع والخدمات أو المعلومات عبر الإنترنت ومواقع الشبكة الدولية" ( Muir,2001 ). كما يعرفها "ريبورت" على أنها "تكنولوجيا وسيطة للتبادل بين عدة أطراف ( الأفراد والمنظمات أو كليهما ) من خلال المشاركة في الوقت الحقيقي Real Time، وتمكين المنظمات من القيام بنشاطاتها

---

١ ـــ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية،رسالة دكتوراة جامعة عمان العربية للدراسات العليا،٢٠٠٣،ص٥٦.

الداخلية والخارجية الكترونياً لتسهيل هذا التبادل"( Rayport,2002 ). ويعرفها كل من "هت وسبن" بأنها عبارة عن القيام بنشاطات الأعمال ونقل البيانات الكترونياً بإستخدام الحاسوب وشبكات الإتصال عن بعد ومعالجة العمل بشكل إنسيابي"( Hutt and Spen,2001 ). وتعرفها "منظمة التجارة العالمية" على أنها"مجموعات العمليات التجارية المتكاملة التي تتعامل معها كافة الفعاليات والمنظمات والأفراد بالإعتماد على المعالجة الإلكترونية صوتاً وصورة ونصاً[1].

وقد عرفها البعض بأنها "المعاملات التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة البيانات الرقيمة، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الإنترنت أو مغلقة، والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة"[2].

والتجارة الإلكترونية من منظور عالم الإتصالات" بأنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات الكمبيوترية أو عبر أية وسيلة تقنية".

ومن وجهة نظر الأعمال التجارية فهي "عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة".

في حين أن الخدمات تعرف التجارة الالكترونية" بأنها أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمة والرفع من كفائتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة" [3].

ويرى الباحث أن التجارة الإلكترونية يمكن تعريفها " بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت".

وتعتبر المعلومات العنصر الأساسي للتجارة الإلكترونية، حيث تظهر على شكل نصوص أو صور أو أصوات يتم معالجتها ونشرها وتبادلها بين شركات المنظمة على شكل تدفقات تبادلية بينهم بواسطة الأسلوب المباشرOn Line يقابلها تدفقات في المنتجات ( سلع أو خدمات أو معلومات ).

---

١ ــ خالد العموش، أثر التجارة الإلكترونية على سلسلة التوريد (دراسة على بعض الشركات الصناعية في الأردن)،رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية للدراسات العليا،٢٠٠٣،ص ٢.

٢ ــ زاري بلقاسم، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المؤتمر العلمي الثاني السنوي لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الإقتصادية، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية،جامعة الزيتونة ٦ ــ ٨ أيار ٢٠٠٢، ص ٣٦٠.

3 - http://www.e-comegypt.com/index.htm

وتمثل التجارة الإلكترونية نظام معلومات عالمي يعمل عبر شبكة الإنترنت وشبكة المواقع الدولية وتتفاعل بواسطة المنظمات والأفراد من خلال جمع المعلومات ونشرها وتبادلها مباشرة عبر الشبكات الإلكترونية.

ويعتبر الموقع التجاري الأداة الرئيسية لممارسة التجارة الإلكترونية التي يتم من خلالها عرض المعلومات بطرق تجذب الزائرين إلى الموقع وصفحاته. مما يتطلب من مصممي هذه المواقع مهارات التنسيق بين النصوص والصور والرسومات، وتوفير سهولة الإنتقال إلى المعلومات التي تثير إهتمام الزائرين عبر صفحات الموقع، وإختيار محتوى المعلومات وصياغتها بشكل فعال وغير معقد، وذلك يتطلب التعامل مع معلومات ذات قيمة تتوفر فيها الخصائص التالية: ـ

١ ـ الدقة ( Accuracy ) :ـ

والمعلومات الدقيقة هي المعلومات الخالية من الأخطاء وذلك يتطلب معالجة بيانات صحيحة وكاملة وغير منقوصة.

٢ ـ المعلومات المتكاملة ( Completeness ) :ـ

وهي تلك المعلومات التي تحتوي على كل الحقائق التي يحتاجها المستخدمين.

٣ ـ الإقتصادية ( Economic ) :ـ

حيث يتم إنتاج هذه المعلومات بشكل إقتصادي من خلال تحقيق الموازنة بين تكلفتها وقيمتها.

٤ ـ المرونة ( Flexibility ) :ـ

والمعلومات المرنة هي تلك المعلومات التي يمكن إستخدامها لأغراض متعددة. فالمعلومات عن المخزون على سبيل المثال قد يستخدمها قسم المبيعات والإنتاج والمالية في عملية إتخاذ القرارات التي تتعلق بعمل أقسامهم.

٥ ـ الإعتمادية ( Reliability ) :ـ

وهي المعلومات ذات المصداقية العالية التي يمكن الإعتماد عليها والتي تأتي من مصادر موثوقة، ويعتمد ذلك على مصادرها وطرق الحصول عليها.

٦ ـ البساطة ( Simplicity ) :ـ

حيث تكون المعلومات سهلة وغير معقدة ويمكن فهمها دون أن تكون تفصيلية بالضرورة.

٧ ـ إمكانية التحقق من المعلومات ( Verifiability ) :ـ

وهي التي يمكن فحصها والتأكد من صحتها حيث تتوفر عدة مصادر يمكن الحصول منها على نفس هذه المعلومات.

٨ ـ إمكانية الوصول إلى المعلومات ( Accessibility ) :ـ

حيث يشير ذلك إلى إمكانية الوصول بسهولة إلى هذه المعلومات عبر الطرق المشروعة بالشكل والوقت المناسبين لسد حاجات المستخدمين.

٩ ـ الأمن ( Security ) :ـ

وفي التجارة الإلكترونية لا بد من التطرق لعدة تعاريف أخرى، ومن أهمها التالي [١]:ـ

ـــ العمليات الرقمية :ـ

وهي جميع العمليات التي تتم بوسائط تكنولوجيا الرقمية، والتي في أغلبها تتم عبر شبكة الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية.

ـــ العمليات التجارية :ـ

وتعني هذه العمليات التجارية التي تتضمن تبادل القيم ( والمتمثلة بوسائط النقد المختلفة : كالأموال وبطاقات الإعتماد والشيكات ) بين الشركات والأفراد مقابل بضائع أو خدمات.

وفي الواقع التطبيقي، فان التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطا عديدة، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع، وإنشاء متاجر إفتراضية أو محال بيع على الإنترنت، والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الإنترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عبر الإنترنت .

---

١ ـــ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية،مرجع سابق ذكره، ص٥٧.

* **أهمية التجارة الإلكترونية :ـ**

يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تعد من أهم إختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود للأمور التالية:ـ

١ ـ إنخفاض التكلفة :ـ

كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جداً في السابق، حيث إن الإعلان عن المنتج كان يتم بوساطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجرائد، اما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الإنترنت وبتكلفة ضئيلة جداً.

٢ ـ تجاوز حدود الدول :ـ

كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاؤيف كبيرة وغير مضمونة العائد، أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن إطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر، خاصة ان شبكة الإنترنت دخلت جميع الدول.

٣ ـ التحرر من القيود :ـ

سابقاً كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدول الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الان لم يعد أي من تلك الإجراءآت ضرورياً.

ولمعرفة المزيد عن أهمية التجارة الإلكترونية، يمكن الإطلاع على المميزات الفريدة التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية.

* **المميزات الفريدة لتقنية التجارة الإلكترونية :ـ**

تتمتع تقنية التجارة الإلكترونية عن غيرها من التقنيات التقليدية بعدة مميزات، من أهمية التالية:ـ

١ ـ الوجود الواسع :ـ

من المنطق أن التجارة الإلكترونية متواجدة في كل مكان وفي كل الأوقات، فالتجارة التقليدية بحاجة إلى سوق ملموس يستطيع المتعامل الذهاب إليه للشراء، أما التجارة الإلكترونية فإنها تحتاج إلى سوق غير ملموس ويستطيع المتعامل من خلالها الدخول إلى هذا السوق غير

الملموس في أي وقت ومن أي مكان بوساطة الكمبيوتر وبلمسة بسيطة على الموقع الذي يرغب بزيارته، وبضغط عدة أزرار يمكنه الإطلاع على المنتج وشرائه.

٢ ـ التداول السريع Ubiquity :ـ

تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها تخطي حدود الدول والوصول إلى أي مكان بالعالم وبضغطة زر بسيطة على الكمبيوتر ودون تكلفة تذكر، على النقيض من التجارة التقليدية التي يقتصر التعامل بها محلياً ويصعب على المتعاملين زيارة الأسواق العالمية للتسوق.

٣ ـ معايير عالمية Universal Standards :ـ

وهي مقاييس أو معايير شبكة الإنترنت، التي يتم من خلالها تعاملات التجارة الإلكترونية وبشكل موحد بين دول العالم، أما التجارة التقليدية فتخضع لمعايير ومقاييس محلية تعتمد على الدولة نفسها، فمقاييس التجارة الإلكترونية تخفض تكلفة الدخول إلى أسواق المنتجات بشتى أشكالها، بينما مقاييس التجارة التقليدية خاضعة لسياسات الدول وتكلفة دخول أسواق تلك الدول تختلف من دولة إلى أخرى.

٤ ـ موارد معلومات غنية Information Richness :ـ

فالتجارة الإلكترونية ومن منطلق تمكنها من الوصول لجميع المستهلكين وفي شتى انحاء العالم تزود المستهلك بمعلومات كثيرة، بواسطة إستخدام الشركات لجميع وسائط التكنولوجيا الرقمية، كالوسائط المسموعة والمقروئة والمرئية، بينما في التجارة الإلكترونية كانت آلية تزويد المعلومة تعتمد وبشكل رئيسي على مقابلة المستهلك وجهاً لوجه.

٥ ـ التواصل Interactivity :ـ

تعد التجارة الإلكترونية آلية تواصل ذات فاعلية عالية جداً، من منطلق أنها وسيلة إتصال ذات إتجاهين بين العميل والتاجر، وعلى سبيل المثال لا الحصر، تفتقد التجارة التقليدية لهذا النوع من الإتصالات، فلو أن إحدى الشركات أعلنت عن بضائعها عبر التلفاز، فمن غير الممكن أن يتواصل العميل مع المعلن عبر الجهاز، ولكن هذا التواصل أصبح ممكناً عبر التجارة الإلكترونية.

٦ ـ كثافة المعلومات Information Density :ـ

من المعروف بأن شبكة الإنترنت جعلت المعلومات كثيفة وذات نوعية ممتازة وحديثة، وبشكل مشابه قللت التجارة الإلكترونية من آلية البحث عن المعلومات والتخزين ومن

تكلفة الإتصالات من جهة، ومن جهة أخرى زادت هذه التقنية من التوقيت الملائم للمعلومات Timeliness ودقتها كذلك.

٧ ـ الإستهداف الشخصي Personalization :ـ

من منطلق أن التجارة الإلكترونية تمكن المسوق للمنتج من إستهداف فئة معينة من الأفراد من خلال تعديل الإعلانات عبر الشبكة، وذلك بتحديد معلومات الفرد المرغوب إطلاعه على المنتج كتحديد العمر، والجنس، وطبيعة عمله وأي أمور أخرى يراها المسوق ضرورية[١].

٨ ـ إيجاد وسائل إتجار توافق عصر المعلومات :ـ

ففي عصر المعلومات والإتجاه نحو قضاء ساعات طويلة أمام أجهزة الكمبيوتر ومواقع الإنترنت، تبدو الحاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته، من هنا مكنت التجارة الإلكنترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري، كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية ( Retil E- commerce ) والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال (business-to- business E- commerce ) وفي كلا الميدانين أمكن أحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق.

٩ ـ الدخول إلى الاسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية:ـ

إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، واذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية ( جات ، جاتس ، تربس ) تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات، من هنا قيل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهدا دوليا جماعيا لتنظيمها إبتداء لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب أن لا تقيدها أية قيود .

١٠ ـ تلبية خيارات الزبون بيسر وسهولة :ـ

تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا تتيحه وسائل

---

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره،ص( ٥٩ ـ ٦١ ).

التجارة التقليدية، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار وميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبيته لرغبة وخيارات المشتري.

١١ ـ تطوير الأداء التجاري والخدمي :-

فالتجارة الإلكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وادارة علاقات واتصال بالآخرين، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التحتية التقنية وبرامج التأهيل الإداري[١].

"كما أن نمو التجارة الإلكترونية يحفز الأبحاث على إيجاد أساليب جديدة ومحسنة لإستخدام القسائم والشيكات الإلكترونية، وفي هذه الأثناء، هناك أساليب أعمال جديدة تزدهر على الإنترنت والتي لم تكن ممكنة في العالم الواقعي. فعلى سبيل المثال، تبيع شركات عديدة متخصصة في التعامل مع الشركات فائض مخزونها عبر الشبكة بواسطة مزادات الإنترنت. وتتنبأ شركة "فورستر للأبحاث" أن المزادات بين الشركات عبر الإنترنت ستحقق مبيعات تتعدى ٧,٣ مليار دولار أميركي هذا العام فقط. والشيء الأكثر أهمية فيما يتعلق بمزادات الإنترنت هو تأثيرها على السعر المحدود، ففي بيئة المزايدة، لا يستطيع المنتج أو الموزع أن يحدد السعر بمفرده فسعر البضاعة أو الخدمة يتحدد فقط بحسب الطلب المسجل في السوق".

وتؤكد الدراسات على أن "الحصول على الدعم لمفهوم التجارة الإلكترونية في جميع أقسام الشركة مسألة في غاية الأهمية. ويمكن الحصول على مثل هذا الدعم من خلال تثقيف الكادر الإداري ومدراء التسويق وتقنية المعلومات والمالية ومسؤولي المبيعات حتى يتسنى تمثيل جميع القطاعات في الشركة في القرارات التي تؤخذ بشأن التجارة الإلكترونية".

هذه أبرز مزايا التجارة الإلكترونية التي تضعنا أمام فرصة إستغلال هذا النمط من الأعمال لبلوغ أسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها ولإنشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة قد تناسب فرص الإستثمار في البيئة العربية.

---

1 - http://www.opendirectorysite.info/e-commerce

### * أنواع ( صور ) التجارة الإلكترونية :-

أما من حيث أنواع التجارة الإلكترونية فيندرج في نطاقها العديد من الصور أبرزها وأهمها الصور الموضحة في الشكل تاليا، حيث تشمل العلاقات التجارية بين جهات التاجر والمستهلك، وبين التجار فيما بينها وهما الصورتان الأكثر شيوعاً وأهميته في نطاق التجارة الإلكترونية في وقتنا الحاضر، وبين مستهلك ومستهلك آخر، وبين مستخدم ومستخدم آخر، أو عبر جهاز الهاتف النقال.

أنواع ( صور ) التجارة الالكترونية




من أهم أنواع التجارة الإلكترونية والتي لابد من التعرف عليها [١]:-

١ ـ التعامل بين التاجر والمستهلك Business-to-Consumer ( BC ) :-

ويعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أهم الأنواع والذي يحاول التاجر من خلاله الوصول للأفراد المستهلكين، ويحتوي هذا النوع على عدة نماذج والتي سيتم التطرق إليها لاحقاً؛ وذلك لأهميتها القصوى وترابطها الوثيق مع جوهر هذه الدراسة.

٢ ـ التعامل بين تاجر وتاجر آخر Business-to- Business ( BB ) :-

---

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره،ص ( ٦١ ـ ٦٢ ).

حيث يركز هذا النوع من التجارة الإلكترونية على بيع المنتجات من تاجر إلى تاجر آخر.

٣ ـ التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر Consumer-to-Consumer ( CC ) :ـ

حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بأن يبيعوا لبعضهم البعض، وذلك من خلال المزادات والتي تبنى في شبكة الإنترنت.

٤ ـ التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر Peer -to- Peer ( pp ) :ـ

يعمل هذا النوع على تمكن مستخدمي الإنترنت على تبادل المعلومات، والإتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء، ومن ثم الإتفاق على أي صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها، وقد اوجدت برامج خاصة لهذه والتي تمكن مستخدميها، تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل أطراف الحديث ( Chatting ) بصورة كتابية وسمعية ومرئية.

٥ ـ التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال Mobile Commerce :ـ

يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من احدث الأنواع، حيث يتم بواسطته إستخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الإتصال بشبكة الإنترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والإطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء.

*** التغيرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال :ـ**

لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغيرات جوهرية في بيئة الأعمال التي يعمل بها كل من المحاسب والمدقق، ويمكن تلخيص هذه التغيرات بالشكل التالي [١]:ـ

١ ـ هيكلية المنشأة Organization Structure :ـ

لقد أحدثت التجارة تغيراً جذرياً على هيكلية المنشأة، وجعلتها ذات طابع تكنولوجي بالكامل، فمن المعروف بأن عمليات المنشأة كانت تتم بشكل تقليدي في السابق وعامل الوقت لم يكن ملحاً كما هو الان، فعملية الشراء تتم بلحظات، ولمواكبة السرعة الكبيرة لا بد أن تحتوي هيكيلة المنشأة الآليات الكفيلة التي تمكنها من ملاحقة العملية والتأكد منها وتنفيذها، والذي يزيد الأمور صعوبة، تعقيدات العمليات التي تتم من خلال شبكة الإنترنتن وخصوصاً في ظل الإختراقات الرهيبة التي يمكن أن يقوم بها قراصنة الإنترنت.

١ ـــ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية،مصدر سابق ذكره،ص ( ٧٠ ـ ٧٤ ).

٢ ـ مواقع الأعمال Location of the Business :ـ

تعد هذه النقطة من أهم وأخطر التغرات التي حدثت في ظل تداول التجارة الإلكترونية، فسابقاً وبالنظام التقليدي كانت الأعمال تتداول في أماكن وأسواق محددة، وفي حالة حدوث أي خطأ أو ورود أي مشكلة كان من السهل الإحاطة بها وتداركها، اما الآن وبواسطة التكنولوجيا العالية يستطيع أي شخص من أي مكان إتمام الجزء الأكبر من الصفقة بضغطة سريعة على لوحة مفاتيح جهاز الكمبيوتر، وفي كثير من الأحيان تكون عملية تعقب العملية والشخص أشبه بالمستحيل، وخصوصاً إن لم تكتشف المشكلة أو التلاعب في لحظة إنتهاء العملية، ومن الأمورالتي تعاني منها الشركة المتعاملة بالتجترة الإلكترونية الإختراقات التي لا يتم إكتشافها إلا بعد فوات الأوان.

٣ ـ قنوات التوزيع Distribution Channels :ـ

في السابق كانت قنوات توزيع منتج الشركة ( بيعه ) محددة ومعروفة بشكل واضح وغير معقدة، مما يمكن الشركة من تحديد مصدر العملية والتعامل معها بناءً على ذلك، ولكن وفي ظل التجارة الإلكترونية وتعدد أنواعها أصبحت قنوات التوزيع عديدة ومشابكة ومعقدة، وفي حالة حدوث أي خطأ قد ينقضي وقت كبير قبل تحديد قناة التوزيع التي حصل فيها الخطأ.

٤ ـ تعدد أشكال وسائط البيع Forms & Means of Sales :ـ

وهذه تختلف نوعاً ما عن قنوات التوزيع، والمقصود هنا بأنه في السابق كانت وسائط البيع عبارة عن أشخاص مؤهلين لذلك، ولكن الآن وبظل التجارة الإلكترونية أصبحت وسائط البيع عبارة عن برامج محوسبة وبأشكال متعددة، منها الصوتية والمرئية وأنظمة كثيرة تقوم بعمليات البيع المبنية على برمجيات تم إعدادها مسبقاً، والمشكلة تكمن بأن جميع هذه البرمجيات لا تملك الحس والذكاء البشري وقد يستطيع الغير التلاعب بها.

٥ ـ العلاقة مع الشركاء والزبائن Relationship with Partners Customers:ـ

وهذه تعد من النقاط المهمة جداً، ففي الأسلوب التقليدي كانت العلاقة مع الشركاء والزبائن علاقة مباشرة، ولكن الآن أصبحت العلاقة علاقة ذات طابع تكنولوجي رقمي، وفي اغلب الأحيان العلاقة الشخصية معدومة، وبالتالي التعامل أشبة بشكل ذي طابع وهمي رغم أنه حقيقة واقعة ولكن هذه الحقيقة قد يتم التلاعب بها بشكل لا يمكن تصورة.

٦ ـ الإعتراف بالإيراد Revenue Recognition :ـ

قد تعد هذه من أكثر المشاكل التي تؤرق المحاسب، ففي السابق كان الإعتراف بالإيراد يتم وفقاً لشروط محددة، فتحقق الإيرادات يمكن الجزم به في كثير من الأحيان وكانت

نقطة البيع مرتكزاً لا يمكن تجاوزه إلا في بعض الحالات المحددة، ولكن الآن وفي ظل غياب الأمان وإمكانية إختراق الشركة من قبل الغير جعل عملية تحقيق الإيراد عملية مشكوك فيها.

وإن إستطعنا توفير الأمان للعمليات الإلكترونية واستطاع المحاسب المختص توكيد فاعلية الأمان، يمكن بعدها تحقيق الأرباح.

٧ ـ آلية التسديد Payment Processes :ـ

في ظل التجارة الإلكترونية ظهرت آلية جديدة لم تكن موجودة سابقاً، وهي التسديد عبر شبكة الإنترنت. قد يظن البعض أن هذه الآلية لا تختلف كثيراً عن آلية التسديد عبر شبكات البنوك الإلكترونية، ولكنها تختلف إختلافاً جذرياً، فالبنوك تستخدم شبكات خاصة بها عبر نظم الإتصالات وهي شبكات محمية وغير متاحة للجمهور، ولكن التسديد عبر شبكة الإنترنت محفوف بمخاطر كبيرة وعديدة وخصوصاً عندما يتمكن قراصنة الإنترنت من إستخدام حسابات الغير بتسديد مشترياتهم وفي هذه الحالة يصبح من المستحيل إلغاء العملية ويكون الخاسر الأول والأخير كل من الشركة والبائع والشخص الذي تم إختراق حسابه من غير علمه.

فلقد تعدى الأمر ضياع بطاقة إعتماد يمكن التعميم عليها، إلى إستخدام بطاقة إعتماد وحساب شخص بشكل لا يمكنه الشعور به إلا بعد فوات الأوان.

٨ ـ إحتساب ودفع الضرائب Tax Accounting & Payment :ـ

ونعود مرة أخرى لمشكلة الإعتراف بالدخل، فضريبة المبيعات أصبحت مشكلة تؤرق الشركات وخصوصاً في ظل غياب الأمان على العملية الإلكترونية، فلقد أصبح من الصعب على الشركة إثبات التلاعب بدخلها وخصوصاً أن أغلب الشركات لا تقر ولا تفصح عن وجود تلاعب خوفاً من فقدان زبائنها وبالتالي قد تتحمل تكاليف إضافية، وعلى رأسها الضرائب المفروضة على مبيعات قد تكون غير موجودة أصلاً.

لكي يواكب كل من المحاسب والمدقق التغيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الجديدة في ظل التجارة الإلكترونية، أصبح لزاماً عليهما الإلمام بالمعلومات والتقنيات الضرورية المصاحبة لهذا التقدم التكنولوجي الضخم، ولكي يتمكنا من تقييم تعاملات اتجارة الإلكترونية والسيطرة عليها أصبح لزاماً عليها الإلمام بالمفاهيم الحديثة المترابطة معها، والتي يمكن تلخيصها بالآتي[١] :ـ

---

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية،مصدر سابق ذكره،ص ( ٧٤ ).

١ ـ التواقيع الإلكترونية.

٢ ـ إتفاقيات تبادل البيانات.

٣ ـ تأمين العمليات الإلكترونية.

٤ ـ الترخيص الإلكتروني.

٥ ـ البنية التحتية لمفاهيم الخصوصية والعمومية.

٦ ـ رموز العمليات.

٧ ـ البطاقات الذكية.

٨ ـ النقد الإلكتروني.

٩ ـ نقطة البيع.

١٠ ـ أية أمور أخرى مستجدة.

* **هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية ؟؟**

أمام واقع ومفرزات عصر التقنية العالية، ونماء إستخدام وسائل التقنية، وتزايد الإقتناع بإعتمادها نمطا لتنفيذ الأعمال ومرتكزا ومحددا للتطور، وفي ظل دخول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات، ودخول الشركات الأجنبية الأسواق العربية كجهات منافسة حقيقية، ولما توفره التجارة الإلكترونية من تسهيل عمليات التنافس إذا ما توفرت المكنة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها، فإن تجاهلها - عوضا عن أنه تعبير عن عدم القدرة على إمتلاك أدواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات - يعدو مغالاة في المحافظة على الأنماط التقليدية التي يرى الباحثون أنها لن تصمد طويلا، فالأنماط التقليدية للتجارة وإن كانت لا تزال هي القائمة، فإن بنية تنفيذها تحولت شيئا فشيئا نحو إستخدام الوسائل الإلكترونية، فإذا كانت المصارف لا تزال في غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن، فإنها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوما بعد يوم في كافة مناحي النشاط المصرفي، مما يجعل تجاهل التجارة الإلكترونية في هذا المثال، إمتناعا عن التعامل مع الواقع الذي تعيشه فعلاً هذه المؤسسات. ونفس القول يرد على كافة القطاعات، اليس نشاط الشحن البحري مثلاً ينفذ عبر سلسلة من الوسائط والوسائل التقنية، هل بقي في ميدان النقل والسياحة موضع لم تتم اتمتته وتحوله الى الأنماط التقنية[1].

1 - http://www.opendirectorysite.info/e-commerce

إن العالم الذي يتجه إلى إحلال التقنية في كل ميدان من ميادين النشاط الإنساني، وبشكل رئيس، الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة، سيضع التجارة الإلكترونية موضوعا على رأس موضوعات أجندة التطور والتنمية، لهذا كله، يعدو تجاهل التجارة الإلكترونية أمراً غير متناسب مع رغبتنا في التعامل مع الإفرازات الإيجابية لعصر تقنية المعلومات وإمتلاك وسائل مواجهة الآثار السلبية وإفرازات عصر العولمة.

* **المكونات الرئيسية لنظام التجارة الإلكترونية:-**

يحقق الإنترنت تفاعلاً بين أطراف العمليات التسويقية المختلفة حيث يساهم إستخدام الشبكات الإلكترونية الداخلية والشبكات افلكترونية الخارجية والشبكات الأخرى في تحقيق التفاعل بمستويات متعددة بين الإستراتيجية التسويقية للشركات ويعمل على تطويرها في تلبية إحتياجات المستهلكين، إذ أن الهدف الأساسي للنشاط التسويقي هو جذب المستهلكين والمحافظة عليهم وزيادة مشترياتهم فضلاً عن تحسين المنتجات والخدمات المقدمة لهم، وتتحقق عملية النشاط التسويقي في الإنترنت بإعتماد الخطوات التالية[١] :ـ

١ ـ تحديد المستهلكين الأساسيين وتقسيمهم.

٢ ـ تهيئة الاساليب الترويجية والإعلانية والوسائل التعليمية الأخرى وإعدادها.

٣ـ وضع المواد والسلع ضمن الموقع الخاص بالشركة ليتمكن المستهلكون من البحث عنها.

٤ ـ التفاعل مع المستهلكين من خلال الحوار معهم ومناقشتهم لتحديد الخصائص الخاصة بالسلع ومواصفاتها، والإجابة عن الأسئلة التي يوجهونها.

٥ ـ التعلم من المستهلكين من خلال إعتماد التغذية العكسية ومعرفة ردود أفعالهم عن الإعلانات، والإستراتيجية التسويقية وتحديد الأسواق الجديدة، وإمكانية إستخدام الخبرة في تطوير منتج جديد.

٦ ـ تقديم خدمات فورية وآنية للمستهلكين بإعتماد السرعة وتقديم حلول لمشاكل المستهلكين.

من هنا تبرز أهمية إستخدام الإنترنت في مجال التجارة الإلكترونية حيث يدعم عمليات تحليل المنافسين والأسواق ليضمن عدم تجاهل الإحتياجات الخاصة بالمستهلكين

---

١ ـ فهد الخطيب وفلاح الحسيني، التجارة الإلكترونية وأثرها في المركز الإستراتيجي للشركات ( دراسة تطبيقية على عينة من الشلاكات الصناعية الأردنية). رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، ص ( ١٦٧ ـ ١٦٨ ).

٢ ـ فهد الخطيب وفلاح الحسيني، التجارة الإلكترونية وأثرها في المركز الإستراتيجي للشركات ( دراسة تطبيقية على عينة من الشلاكات الصناعية الأردنية). مصدر سابق ذكره، ص ١٦٨.

فضلاً عن كونه يساهم في بناء قاعدة معلوماتية للشركات وكافة المتعاملين، وبالتالي فإنه يعمل على تمكين المستهلكين من التركيز على الأعمال المختلفة للشركات.

ولذلك فإن هناك العديد من العوامل التي تبرر إستخدام الشركات لشبكة الإنترنت وذلك لهدف أساسي هو تحقيق قيمة تحقيق إضافية للمستهلك وهذا يتحقق من خلال الاتي [٢]:ـ

١ ـ تكاليف دعم ومساندة منخفضة اتميكن المستهلك من حل مشاكلة وبشكل مستقل.

٢ ـ تزويد المستهلك برؤية عالمية من خلال تهيئة قاعدة معلوماتية مهمة وفي كل الوقات.

٣ ـ تحسين الخدمات من خلال التركيز على الموارد الداخلية لدعم المستهلكين خاصة في المجالات المعقدة.

٤ ـ المساهمة في إيجاد برامج تسويقية لخدمة المستهلكين.

٥ ـ المساهمة في تحقيق تكامل وسائل الإتصالات المختلفة المرئية والمسموعة وهذا ينعكس إيجاباً على الإستجابة السريعة.

* **بناء نموذج التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت :ـ**

من المعروف بأن أية شركة ترغب في دخول هذا النوع من آليات التسويق والبيع، لا بد لها من تقييم المور بشكل مناسب ومن ثم إتخاذ القرار المناسب، ولعمل ذلك لا بد من لها من إنشاء ما يسمى نموذج أعمال Business Model وهو عبارة عن تحديد مجموهة من الفعاليات المخطط لها لإنتاج أرباح مستهدفة في السوق ولكي تتمكن أي شركة من إنشاء ذلك النموذج لا بد من أخذ العناصر والنماذج التالية في الحسبان [١]:ـ

١ ـ عرض قيمة Value Proposition :ـ

وهو معرفة الشركة بآلية تلبية رغبات زبائنها، وذلك من خلال الإجابة على عدة تساؤلات، لماذا يفضل المستهلك التعامل مع شركتك دون الشركات الأخرى؟ وما هي المور التي يمكن تزودها شركتك للمستهلك ويعجز الآخرون عن تزويده بها؟

٢ ـ نموذج الإيراد Revenue Model :ـ

ويمكن تسميته كذلك النموذج المالي Financial Model وهو الذي يشرح كيفية تحقيق الشركة للعوائد، وكيفية تحقيق الربحية، وما هي الآليات التي ستضمن إستغلال راس

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره، ص (٦٢ ـ ٦٥ )

المال المستثمر بأفضل الطرق لتحقيق أفضل العوائد. ويمكن أن يتضمن هذا النموذج عدة نماذج أخرى، والتي من أهمها التالي :ـ

أ ـ نموذج إعلان إيرادي Advertising Revenue Model :ـ

ويوضح أو يبين هذا النموذج، كيفية إنشاء موقع خاص بالشركة على شبكة الإنترنت عن منتجها مقابل رسوم معينة، وكيفية إدراج منتجها والإعلان عنه عبر المواقع الأخرى المتعددة.

ب ـ نموذج إشتراك إيرادي Subscription Revenue Model :ـ

وهي الآلية التي يجب أن تتبعها الشركة بتوفير خدمات اخرى في موقعها والتي قد يرغب بها الجمهور مقابل مبالغ بسيطة وقد تكون مجانية احياناً، مثل فتح بريد الكتروني مجاني للمتعاملين معها أو توفير برامج مجانية لهم أو إشتراكات في مواقع ترفيهية مقابل رسوم ضئيلة، والغاية من هذه الخدمة، هو تشجيع المتعاملين معها على شراء منتجها والذي سيضمن لهم الحصول على خدمات أخرى مجانية برسوم ضئيلة، وكلما كانت هذه الخدمات أكثر، رغب المستهلك بشراء منتجها.

ج ـ نموذج البيع الإيرادي Sales Revenue Model :ـ

وهو النموذج الرئيسي على موقع الشركة والذي يتضمن جميع التفصيلات الضرورية عن منتجات الشركة وأنواعها وأصنافها، ويتضمن كذلك آلية طلب المنتج وآلية الدفع والشروط الأخرى المحددة مسبقاً من قبل الشركة، وكمثال حي على ذلك موقع شركة Amazon.com والتي تقوم على بيع الكتب بشكل رئيسي، فلو دخلنا إلى ذلك الموقع لوجدنا تفاصيل كافية عن جميع الكتب المتوفرة لديها وبتفصيلات عديدة.

٣ ـ سماسرة العمليات Transaction Brokers :ـ

يوجد مواقع على الشبكة لمن يسمون بسماسرة العمليات واللذين ينصب عملهم على الإعلان عن منتجات الغير مقابل عمولة محددة على العمليات التي تتم من خلالها، ومن الضروري جداً للشركة الإعلان عن منتجها عبر مواقعهم، والسبب يكمن في أن موقع الشركة في الغالب يكون مجهولاً لمستخدمي شبكة الإنترنت، وحيث أن مواقع السماسرة تكون في الغالب مواقع مشهورة جداً فيفضل الإعلان كذلك من خلال هذه المواقع.

٤ ـ منشئو الأسواق Market Creators :ـ

وهو الذين ينشؤون بيئة رقمية محددة عبر شبكات الإنترنت تمكن التقاء كل من البائع والمشتري، وهذه البيئة عبارة عن برامج بحث رقمية، فعلى سبيل المثال لو رغب أحد

مستخدمي الإنترنت البحث عن كتاب محدد في المحاسبة، فيمكنه دخول أحد مواقع منشئي الأسواق المعروفة، مثل : Yahoo.com، وسيجد في داخل الموقع منطقة بحث فارغة كتب بجانبها Search، يقوم بكتابة الإسم المراد البحث عنه، وفي حالتنا هذه سنقوم بكتابة Accounting Book، ويضغط على آلية البحث وسيقوم الموقع خلال فترة قصيرة جداً بفتح عناوين الشركات التي تمتلك كتب المحاسبة وما على المستخدم سوى الضغط على إسم الموقع ليفتح أمامه ويرى ما بداخله.

٥ ـ مزودو الخدمة Service Provider :ـ

هناك مواقع مشهورة جداً تسمى مزودو الخدمة وهي بإختصار مواقع مشهورة ومعروفة لأغلب متعاملي الإنترنت متخصصة بنوع معين من الخدمات، فعلى سبيل المثال لو كانت الشركة متخصصة بتصليح السيارات فمن مصلحتها الإشتراك بمواقع خدمة تصليح السيارات، حيث سيدرج إسم الشركة في ذلك الموقع؛ وذلك لن المهتم بتصليح سيارته سيقصد الموقع العام لخدمة تصليح السيارات للإطلاع على الشركات المتخصصة بذلك المجال.

*** مخاطر التجارة الإلكترونية :ـ**

تنبع مخاطر التجارة الإلكترونية، وبشكل رئيسي من مخاطر شبكة الإنترنت، فكل تكنولوجيا حديثة ورغم إيجابياتها الكثيرة إلا أن سلبياتها كثيرة كذلك، وفي حالتنا هذه سلبياتها تعد خطيرة جداً، وفي حالة عدم التمكن من تحجيم تلك السلبيات والسيطرة عليها، ستكون النتائج مخيبة للآمال وقد يتم الإحجام عن هذه التكنولوجيا الحديثة وبالتالي تضييع أرباح وفوائد جمة.

للأسف إن مخاطر التجارة الإلكترونية كثيرة ومتعددة، وليس من السهل حصرياً، فتكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التغير والتطور وكل تغير أو تطور يواكبه مخاطر جديدة، ويكمن الخطر الرئيسي في التجارة الإلكترونية في إمكانية إختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والتاجر.

ويذكر توم ارنولد Tom Arnold والمتخصص بتعقب عمليات الإختراق عبر شبكة الإنترنت، بأن عمليات الإختراق عبر التجارة الإلكترونية توقع الضرر الأكبر على التاجر أكثر منه على المستهلك ( المشتري )، فتعويض خسارة المشتري ممكنة وخصوصاً بأنه وبالغالب يستخدم بطاقات الإعتماد للدفع وتكون خسارته محددة بعملية واحدة، والتي قد يمكن تعقبها، ولكن الخسارة الحقيقية تقع هلى التاجر ( الشركات ) حيث تتكبد الشركة الخسائر

بفقدانها الإيرادات والتي يصعب تعويضها أو حتى تعقب المتلاعب بأنظمتهم المحاسبية، وذلك نظراً لتعقيدات العمليات الكثيرة في التجارة الإلكترونية.

ويرى المختص توم ارنولد Tom Arnold أن مخاطر التجارة الإلكترونية تصنف ضمن نوعين رئيسيين وهما [١] :ـ

١ ـ مخاطر يمكن إكتشافها : ـ

والمقصود هنا بأن الشركة وبوجود خبراء مختصين لديها قد تتمكن من إصطياد بعض الإختراقات في أنظمتها والتعامل معها، ومن أشهر هذه الإختراقات:ـ

أ ـ الفيروسات الرقمية المعروفة :ـ

بوجود نظام حماية مناسب، يستطيع نظام الشركة إصطياد هذه الفيروسات المعروفة له بشكل مسبق والقضاء عليها.

ب ـ قراصنة الإنترنت الهواة :ـ

يعتمد قراصنة الإنترنت في إختراقاتهم لنظام الشركة على معلومات ورموز دخول معينة، وفي حالة وجود أكثر من مستخدم لنظام الشركة قد يستطيع القرصان تتبع عملية الدخول والحصول من ذاكرة النظام على تلك المعلومات وإستخدامها، ولهذا فإن كانت الشركة تستخدم آلية تغير تلك الرموز بشكل دوري ومسح الذاكرة المعنية بواسطة خبرائها فستتمكن من تحجيم الإختراقات.

٢ ـ مخاطر لا يمكن إكتشافها :ـ

والمقصود هنا، بأن بعض الإختراقات قد تتم دون سابق دراية بها، إما لحداثتها أو جهل الشركة بها، والنابعة من الأسباب التالية :ـ

أ ـ فيروسات غير معروفة :ـ

رغم وجود أنظمة حماية من الفيروسات على أنظمة الشركة، إلا أنه هناك فيروسات غير معروفة بعد للنظام قد تتمكن من دخول نظام الشبكة وإحداث تلف كبير دون الشعور به إلا بعد فوات الأوان، كما حدث في عام ٢٠٠٠ عندما إستطاع أحد الهواة إختراع فيروس I Love you، والذي تمكن من إيقاع خسائر لم يمكن حصرها في ذلك الوقت، ولقد كان

---

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره،ص ( ٧٥ ـ ٨٠ ).

الفيروس يعمل كقنبلة موقوتة، حيث يفعل في تاريخ محدد بالسنة، وكان الحل الوحيد لتفاديه بعد أن عرفت آلية عمله إغلاق النظام بالكامل في ذلك التاريخ.

ب ـ قراصنة إنترنت ذوي خبرة عالية :ـ

وهذه تعد من أكبر المشاكل التي تواجهها الشركات، فقراصنة الإنترنت ليسوا دوماً من الهواة، فبعضهم يملك خبرة ومهارة تفوق كثيراً من المتخصصين، تمكنهم وفي كثير من الأحيان من إختراق أنظمة الشركة دون أن يستشعر بهم، وقد تتم جريمتهم دون إكتشافها.

ج ـ التسارع التكنولوجي :ـ

قد يصعب في كثير من الأحيان مواكبة التسارع التكنولوجي على شبكة الإنترنت بشكل عام وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص، مما يجعل التكنولوجيا التي تستخدمها الشركة قديمة جداً، والمشكلة تكمن بعدم معرفة التقادم في الوقت المناسب.

ويذكر معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي على موقعه عبر الإنترنت، إن بعض الدراسات أظهرت الخسائر التي تكبدتها الشركات الأمريكية في عام ١٩٩٩ من إختراقات لبطاقات الإئتمان فقط بلغت أربعمائة مليون دولار ويتوقع أن ترتفع سنوياً إلى مبلغ ستين بليون دولار بحلول عام ٢٠٠٥، ومن هذه الحقيقة يوضح المعهد الحاجة الملحة لإنشاء آلية حماية على الشبكة، منطلقاً من مخاطر التجارة الإلكترونية، والتي تعزى للأسباب التالية :ـ

١ ـ الهجمات المتعدة Intentional Attacks :ـ

والتي تتم إما بواسطة قراصنة الإنترنت، أو منافسي الشركة لغرض الوصول إلى المعلومات السرية للشركة : كأرقام بطاقات إعتماد الزبائن مثلاً والمعلومات السرية بالزبائن وحجم المبيعات وأمور كثيرة قد يصعب حصرها، وحسب الغاية تكون الوسيلة.

٢ ـ خصوصية التعامل The Privacy Debate : ـ

تعتبر التعاملات الإلكترونية التي تتم بين الأفراد والشركات ذات طابع معلوماتي مهم جداً، من منطلق أنها تحفظ على ذاكرة النظام الرقمية وهي معلومات قيمة جداً، وبالتالي إن تمكن أحد من معرفتها أو حتى تتبعها : مثل تتبع رقم بطاقة إعتماد العميل. ومن هنا سيشعر العميل بأن خصوصيته قد تم إختراقها وبالتالي سيفقد الثقة بالشركة التي تعامل معها من منطلق أنها لم تتمكن من حماية خصوصيته.

٣ ـ فقدان الثقة Loss of Trust :ـ

المقصود هنا فقدان ثقة الشركة بمعلومات عميلها، فمن المتعارف عليه بأن العميل يستخدم ما يسمى التوقيع الرقمي Digital Signature الخاص به لدخول نظام الشركة لإتمام

عمليته المرغوب فيها، فكيف هو الحال إذا تمكن الشخص غير الصحيح بالدخول مستخدماً توقيع العميل.

٤ ـ فشل عملية التحويل Transmission Failures :ـ

رغم أن عملية الشراء الإلكترونية تتم بسرعة كبيرة جداً، إلا أنها عرضة لخطر فشل عملية التحويل، فمن المتعارف عليه أن عملية الشراء عبر التجارة الإلكترونية تتم بواسطة عدة خطوات، كأن يبدأ المستهلك بملئ النموذج الإبتدائي لعملية الشراء ومن ثم الإنتقال لنموذج ملئ بيانات بطاقة الإعتماد وخطوات أخرى قد تكون ضرورية وفقاً لسياسات الشركة، وفي كل مرحلة تفتح صفحة جديدة عبر موقع الشركة ولأسباب تقنية أو أخرى قد تفشل إحدى الخطوات، وهنا ستظهر مشكلة جديدة وهي عدم التأكد من إتمام العملية.

٥ ـ غياب التوثيق Lack Authentication :ـ

ففي التجارة التقليدية يتم عادة توثيق الصفقة بأوراق ثبوتية مروسة بشعار الشركة وموقعة من قبل الشخص المناسب وبواسطة إتصال شخصي ومباشر بين البائع والمشتري، ولكن وفي التجارة الإلكترونية تعد جميع تلك الأمور شبه مفقودة بالكامل، وهذه الحقيقة تزيد من إحتمالية التعامل مع الشخص غير الصحيح.

٦ ـ سرقة الهوية Theft of Identity :ـ

في غياب التوثيق المناسب كما في التجارة التقليدية يصبح من السهل على المجرمين إنتحال شخصية الغير والقيام بالعمليات دون علمه.

٧ ـ تزوير الحقائق Window Dressing :ـ

ستكون خدمات بعض مسوقي ومزودي خدمات الحماية، خدمات تجميلية فقط في غياب آلية معينة يؤكد مصداقيتهم وفاعلية خدماتهم.

٨ ـ آثار ضغوط الإقتصاد Effects of Economic Pressures :ـ

مع نمو التجارة الإلكترونية المتسارع، أصبح سوقها سوقاً تنافسياً، وأصبحت قوة المتنافس الحقيقية تكمن في نجاح آليات الأمان والتوكيدية والموثوقية الخاصة بنظامه المحاسبي، وكل من يستطيع توفير تلك الآليات يكون نصيبه أكبر في هذا السوق التكنولوجي العالمي.

* أسباب صعوبة تعقب الإختراقات التي تتم عبر شبكة الإنترنت :ـ

يعد نظام التجارة الإلكترونية بيئة مثالية للسرقات والتلاعب وإخفاء ىثار الجريمة بشكل متقن منقطع النظير، ويعود السبب في ذلك العوامل التالية [١] :ـ

١ ـ إمكانية الدخول من عدة أماكن :ـ

فالتعامل عبر الإنترنت لا يحتاج إلى مكان محدد لدخول الشبكة، فأي شخص يمكنه الدخول إلى الشبكة من أي مكان يتوفر به جهاز كمبيوتر وخط إتصال، كمقاهي الإنترنت ومختبرات الجامعات والمدارس.

٢ ـ سرعة العملية :ـ

قد لا يحتاج الدخيل ( المخترق ) إلى أكثر من بضع دقائق لإختراق موقع معين والتلاعب به ومغادرة الموقع قبل أن يتم تعقبه.

٣ ـ يباعد المسافات :ـ

قد يكون المخترق لموقع ما يبعد آلاف الكيلومترات وفي بلد آخر، فشبكة الإنترنت صممت بشكل عالمي.

٤ ـ عدم وجود هوية محددة :ـ

لا يمكن معرفة ماهية المخترق ولا بأي شكل من الأشكال.

٥ ـ عدم وجود قوانين دولية :ـ

فشبكة الإنترنت شبكة عالمية ذات معايير موحدة بالإستخدام فقط، ولو أننا إفترضنا إكتشاف أحد المخترقين بدولة مغايرة لدولة الشركة التي تم إختراقها، فإنه ليس بالضرورة وجود قوانين موحدة للتعامل مع المخترق.

٦ ـ عدم وجود دلائل مادية :ـ

لإثبات أي جريمة لا بد من توفر دلائل وقرائن مادية، ولكن أين هي هذه الدلائل في هذه الشبكة المرئية فقط؟

٧ ـ إمكانية إتلاف جهاز الكمبيوتر :ـ

في حالة شعور أي مخترق بإمكانية تعقبه يستطيع إتلاف بيانات جهازه بضغطة زر بسيطة، مما يجعل عملية تعقبة عديمة الجدوى.

---

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية ، مرجع سابق ذكره، ص ( ٨٠ ـ ٨١ ).

٨ ـ حماية الحسابات البنكية :ـ

هناك الكثير من الحسابات البنكية محمية من إطلاع الغير عليها، وبالتالي يستطيع المخترق إستخدام هذا النوع من الحسابات دون القلق من آلية تعقبه.

٩ ـ عدم الإبلاغ عن الإختراقات :ـ

هناك الكثير من الشركات لا تبلغ عن الإختراقات التي تعرضت لها أنظمتها؛ خوفاً من فقدان عملائها وتفضل تحمل خسائر كبيرة عوضاً عن فقدان الثقة بها، وخير دليل على ذلك عملية الإختراق التي تمت لبنك City Bank في مطلع عام ٢٠٠١ من قبل شخص بروسيا كبدته خسائر قدرت بعشرة ملايين دولار والتي لغاية هذه اللحظة ترفض الإقرار بها.

*** الحلول المقترحة للسيطرة على مخاطر التجارة الإلكترونية :-**

لقد حاولت عدة جهات إقتراح الكثير من الخطوات لمواجهة مخاطر التجارة الإلكترونية، وقد كان معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي من أولى الجهات التي قدمت إقتراحات قيمة في الإجتماع الذي عقد في مدينة باريس في الأول من أغسطس لعام ٢٠٠، والذي ضم عدة جهات محاسبية مهنية متخصصة بهدف إيجاد حلول لمخاطر التجارة الإلكترونية التي يواجهها المستهلك، ويمكن تلخيص المقترحات على الشكل التالي [١] :ـ

١ ـ توخي الحذر بإعطاء المعلومات الشخصية :ـ

وذلك بعدم إعطاء المعلومات الشخصية، إلا للجهات الموثوق بها، ومعرفة أسباب حاجة تلك الجهات لهذه المعلومات، وتتضمن المعلومات الشخصيةبشكل أساسي كلاً من العنوان البريدي وأرقام الهواتف والبريد الإلكتروني.

٢ ـ إستخدام برنامج آمن للدخول إلى شبكة الإنترنت :ـ

من المعروف أن كل جهاز كمبيوتر يحتوي على برنامج خاص للدخول إلى شبكة الإنترنت، وفي الغالب فإن هذا البرامج تحتوي على آليات معينة تحفظ في ذاكرة الجهاز جميع المعلومات التي تم تداولها في الشبكة من خلاله.

وفي كثير من الأحيان يستطيع المخترق وعبر الإنترنت الدخول لذاكرة هذا البرنامج والحصول على جميع المعلومات الخاصة بالمستخدم ودون أن يستشعر بذلك؛ ولهذا ينصح بشراء برنامج خاص يتمتع بحماية عالية لمنع المخترق من الدخول إلى ذاكرته.

---

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره، ص ( ٨١ ـ ٨٥ ).

٣ ـ التأكد من موقع التاجر على الشبكة :ـ

يجب التأكد بأن الموقع الخاص بالتاجر هو الموقع المقصود، وذلك بالإطلاع على سياسات التاجر والتي تتضمن الموقع الم والذي تم إنشاء موقع التاجر من خلاله، كما أنه يمكن معرفة موقع التاجر من خلال آلية التصفح الخاصة ( Uniform Resource Locator URL )، من منطلق أن هذه الآلية تمكن من تتبع الموقع ومعرفة أسس إنشائه، وفي حالة عدم التمكن من تتبعه فيكون الموقع في الغالب موقعاً مشكوكاً به.

٤ ـ إستخدام بطاقات الدفع المضمونة :ـ

يفضل إستخدام بطاقات دفع مضمونة أو محمية، والمقصود بذلك أن يتم التعامل مع مصدري بطاقات الدفع عبر الإنترنت والذين يتمتعون بسياسات خاصة تحمي الشخص المتعامل من مسؤولية الإستخدام غير المرخص لبطاقته من قبل الغير.

٥ ـ الحذر من تنزيل برامج عبر الإنترنت غير موثوقة المصدر :ـ

من المعروف أن مستخدم الإنترنت وعبر تجوله بالشبكة ضمن مواقع متعددة يستطيع تنزيل برامج مجانية على جهازه، يتم إستخدامها لأغراض كثيرة: مثل برامج العرض الصوتية والمرئية وأغراض كثيرة. يجب توخي الحذر الشديد عند تنزيل تلك البرامج وخصوصاً من المواقع المشكوك بأمرها، لأنها قد تكون مبرمجة بآلية معينه، تقوم على تجميع كل الأمور الخاصة بك والموجودة على جهازك وترحيلها للجهة المنشئة للبرنامج وذلك دون شعورك بذلك.

٦ ـ الحذر من إعطاء أرقامك السرية :ـ

ويشمل هذا التحذير كل أرقامك السرية وبشتى أشكالها وأنواعها، وخصوصاً الأرقام الخاصة بدخولك للشبكة عبر مزود الخدمة. كما ينصح كذلك وعند إنشاء أرقامك السرية أن تبتعد عن الأمور التقليدية بإنشاء الرقم، كأن تستخدم إسمك أو رقم هاتفك، ويفضل أن تجعل رقمك السري معقداً نوعاً ما وتضمنه مجموعة من الأرقام والأحرف والرموز، وكلما كان رقمك السري معقداً، كان إكتشافه صعباً. فمن المعروف أن قراصنة الإنترنت إستطاعوا وبشكل مذهل إنشاء برامج تكنولوجية، والتي تعمل بنظام الإحتمالات، تستطيع حل شيفرة الأرقام السرية وبسرعة خيالية، ولكنها قد تعجز عن ذلك، فكلما كان الرقم السري معقد التكوين ومتضمناً لرموز وأرقام وأحرف كانت مقدرة تلك البرامج على فك تشفيره ضئيلة جداً.

٧ ــ الإحتفاظ بنسخ من العمليات :ــ

وهذه تعد من الأمور المهمة والتي تساهم في إكتشاف السرقات وتفادي إستمرارها. والمقصود بأن تحتفظ دوماً بنسخة من عملية الشراء التي قمت بها ( كمستهلك ) عبر شبكة الإنترنت، وكذلك بالإستمرار بعمل تسويات الشراء مع مصدر بطاقة الدفع، والمقصود هنا أمران مهمان جداً وهما :ــ

أ ــ الإحتفاظ بنسخة من طلب الشراء ورقم الطلبية :ــ

وهذا سيساعدك على الإتصال مع التاجر لحل إشكاليات عدة، كموعد التسليم ومطاقة الطلبية، وبالتالي تحييد الآخرين من الإستخدامات غير المرغوب فيها.

ب ــ الإستمرار بتسوية حسابات الدفع :ــ

ويفضل أن تكون مطابقتك لحسابات الدفع عبر الإنترنت تسوية ذات طابع زمني قصير، وذلك لإكتشاف الإختراقات بوقت سريع وإيقاف آلية الدفع عند الضرورة؛ لكي يستطيع المخترق الإستمرار بإستخدام بطاقتك.

٨ ــ راقب إستخدام الموقع للمحددات Cookies :ــ

والمحددات Cookies هي : عبارة عن رموز رقمية تساعدك بدخول الموقع دون إعادة كتابة رقمك السري، وعادة ما يتم إدخالها إلى جهازك من قبل الموقع دون طلب الإذن منك بذلك، وآلية عمل هذه المحددات بأنه وعند دخول الموقع مرة أخرى، يقوم الموقع بالإتصال بتلك المحددات الموجودة على جهازك ومطابقتها برقمك السري ومن ثم السماح له بالدخولدون طلب الرقم السري، وفي الغالب يستطيع قراصنة الإنترنت تتبع هذه المحددات Cookies على جهازك عندما تكون على الشبكة، ولذلك يفضل برمجة جهازك على طلب الإذن قبل أن ينزل الموقع تلك المحددات عليه.

٩ ــ عدم السماح للطفال بإستخدام الشبكة دون إشراف :ــ

تأكد بأنك تشرف على أطفالك عندما يستخدمون الإنترنت، خصوصاً أنهم يستطيعون إعطاء جميع المعلومات الشخصية عن حسن نيه، والتي تكون كفيلة بتمكين الغير من إختراق جهازك وبكل سهولة.

١٠ ــ إستخدام المواقع المرخصة :ــ

والمقصود بالمواقع المرخصة، تلك المواقع التي تم تقييمها وتاهيلها من قبل طرف ثالث مؤهل بأمور الحماية، حيث أن ذلك النوع من المواقع يكون ممهوراً بتوقيع إلكتروني خاص من طرف ثالث مهني متخصص، كمعهد المحاسبين القانونيين الأمريكي.

من الملاحظ أن أمور الحماية العشرة السابقة والتي ينصح بإتباعها من قبل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي، هي أمور حماية خاصة بالمستهلك، والسبب بذلك أن التاجر يستطيع توفير آليات حملية عديدة والتي قد تكون باهظة الثمن، ولكن المستهلك لا يستطيع ذلك. وبالطبع يعتبر المستهلك حجر الأساس في التعامل الإلكتروني، وفي حالة فقدانه الثقة لهذا النوع من التعامل ستكون التكنولوجيا هذه عديمة الجدوى.

وكنظرة إقتصادية ناجحة، فإن توفير الخدمات والنصائح المجانية للمستهلك ستشجعه على التعامل عبر التجارة الإلكترونية، وبالتالي تأمين إيرادات خيالية لكل من التاجر والمؤسسات المهنية الخاصة. واو أمعنا النظر بالإقتراح العاشر إستخدام مواقع مرخصة، سنجد اليوم بأن الكثير من الهيئات المهنية المحاسبية وعلى رأسها معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي، تمارس خدمة جديدة تسمى موثوقية مواقع الشبكة العنكبوتية عبر الإنترنت Web Trust، وهذه الخدمة كفيلة بتوفير ايرادات خيالية معتمدة على إيرادات المتاجرين عبر التجارة الإلكترونية. والجدول التالي يوضح مبالغ الإيرادات عبر التجارة الإلكترونية لعام ١٩٩٧ بالولايات المتحدة الأمريكية [١]:ــ

| إيرادات السلع | | إيرادات الخدمات | |
|---|---|---|---|
| الألبسة | ٤٦ مليون دولار | اللهو | ٨٥ مليون دولار |
| الهدايا | ١٥ مليون دولار | إشتراكات | ١٢٠ مليون دولار |
| كتب | ١٦ مليون دولار | خدمات بالغين(جنس) | ٥٢ مليون دولار |
| مواد غذائية | ٣٩ مليون دولار | موسيقى | ٩ مليون دولار |
| سلع أخرى | ٣٧ مليون دولار | خدمات مالية | ٦٨ مليون دولار |
| | | خدمات تأمين | ٣٩ مليون دولار |
| مجموع السلع | ١٥٣ مليون دولار | مجموع الخدمات | ٣٧٣ مليون دولار |

ومن الملاحظ وبعد أن تنبهت المعاهد المحاسبية المهنية لأهمية التجارة الإلكترونية، قامت بالحث على إيجاد ومعايير محاسبية خاصة لحماية التعاملات عبر الإنترنت بواسطة التجارة الإلكترونية، ووجود هذه الآليات والمعايير مكنت الشركات بشكل أو بآخر من كسب

١ ــ زاري بلقاسم، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المؤتمر العلمي الثاني السنوي لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الإقتصادية، مرجع سابق ذكره، ص ٣٦٦.

ثقة المستهلك بالتعامل معها عبر هذه الآلية التكنولوجية الحديثة. وبعض الإحصائيات عكست هذه الثقة المتولدة بمساعدة الهيئات المحاسبية المهنية.

### * الصعوبات والتحديات التي تواجة التجارة الإلكترونية :-

هناك العديد من الصعوبات والتحديات التي تواجه عملية التحول من القيام بالأعمال بالأسلوب التقليدي إلى النموذج الإلكتروني الجديد. حيث تتلخص أهم هذه التحديات [٢]:-

١ ـ الموائمة بين إمكانية الإتصال وتبادل المعلومات وإرسالها والوصول إلى أي مكان في العالم عبر شبكة الإنترنت، وبين إمكانية الوصول واقعياً إلى تلك الأماكن للقيام بالأعمال، والإستفادة من تلك المعلومات والإتصال. فهناك ( ١ ) من كل ( ١٠ ) شلاكات تطبق التجارة الإلكترونية العالمية بشكل صحيح. والكثير من الشركات التي تمتلك مواقع تجارية على الإنترنت وتصل إلى كل أرجاء العالم لا تستطيع شحن منتجاتها أو عقد إتفاقيات مع الموردين في تلك الأماكن.

٢ ـ محدودية إقبال الزبائن على إكتشاف الوجه المختلفة للتجارة الإلكترونية والشراء عبر الإنترنت، فعلى الرغم من النمو المتسارع لإستخدام شبكة الإنترنت فإنه لا يزال هناك محدودية في الإنتقال من التسوق المكاني إلى التسوق الإلكتروني، كما أن معظم مستخدمي المواقع التجارية يتصفحون هذه المواقع فقط أكثر من إجراء عمليات الشراء، ومع أن ٦٥% من مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية يستخدمون هذه المواقع للإطلاع على المنتجات المعروضة أو مقارنة الأسعار قبل الشراء إلا أن ١٤% فقط منهم يقوم فعلياً بعملية الشراء عبر المواقع التجارية.

٣ ــ الفوضى والتشويش الناتج عن وجود ملايين المواقع التجارية والكم الهائل من المعلومات، مما يحبط من عزيمة الباحثين عن المعلومات كالزبائن والمنظمات بغرض التجارة، ويخلق نوعاً من التشويش وهدر الوقت. ويضيع فرصة إيجاد الموقع التجاري المناسب لهؤلاء الباحثين.

٤ ــ الأمن : حيث لا يزال هناك قلق من لصوص أرقام بطاقات الإئتمان والقيام بعمليات الشراء غير المشروعة، كما تخشى النظمات أيضاً من أولئك الذين لديهم مهارات إختراق أنظمة حاسوب بغرض التجسس على معلومات تلك المنظمات أو تخريبها، وعلى الرغم من

---

٢ ـ خالد العموش، أثر التجارة الإلكترونية على سلسلة التوريد (دراسة على بعض الشركات الصناعية في الأردن)، مرجع سابق ذكره، ص ( ١٣ - ١٦ ).

محاولات المتخصصين بأمن الشبكات لتطوير حلول تعالج المشاكل الأمنية، الا أن هناك تنافساً بين نظم تكنولوجيا الإنترنت وحنكة أولائك الذين يحاولون إختراق هذه الأنظمة.

٥ ــ حقوق الملكية الفكرية : إن الحقوق الفكرية والتأليف والنشر وحمايتهامن الأمور المعروضة للإختراق نتيجة لتطبيقات التجارة الإلكترونية، حيث يمكن إستغلال شبكة الإنترنت بشكل غير مشروع لسرقة الأعمال الأصلية للمبدعين أو تخريبها وخصوصاً في صناعات الفن ونشر وتأليف الكتب والعلامات التجارية للمنتجات.

٦ ــ الإحتيال والخداع : يحتاج المتعاملون بالتجارة الإلكترونية إلى التأكد من مصداقية الطرف الآخر في التعاملات، حيث يصعب ذلك في بعض الأحيان وخصوصاً في المزادات العلنية عبر الإنترنت التي لا تقدم أية ضمانات للأطراف المشاركة، أو الإعلان عن عروض مغرية جداً وغير حقيقية لرصد آلاف العناوين، وعلى الرغم من محاولات المختصين لإيجاد طريقة تكسب التعاملات الإلكترونية شرعية وصفة قانونية من خلال التوقيع الإلكتروني والذي يكون عبارة عن صوت إلكتروني أو رمز حرفي أو رقمي يحمل الصفة القانونية كالتوقيع المعتمد على الوثائق والإتفاقيات المكتوبة خطياً على الوراق. إلا أن الموثوقية لا زالت غير متوفرة في هذا الإجراء بسبب إحتمال ظهور هذا التوقيع وإمكانية تقليده الكترونياً.

٧ ــ الخصوصية : إن من حق الأشخاص أن يضمنوا عدم إختراق حياتهم الخاصة من خلال جمع المعلومات عنهم شخصياً أو عن عائلاتهم في محاولة للتأثير على قراراتهم المختلفة من خلال المعلومات المتوفرة عنهم، وفي ظل إنتشار إستخدام شبكة الإنترنت فإن عدم إختراق هذه الخصوصية أمر غير مضمون، فالإنترنت هي شبكة تدار ذاتياً ويحكمها القليل من الأنظمة والتعليمات، وعلى الرغم من سن القوانين والتشريعات الخاصة بالأعمال عبر هذه الشبكة إلا أن ذلك لا يعد ضابطاً كافياً إلى الآن لحماية خصوصية المتعاملين عبر هذه الشبكة.

٨ ــ تأهيل العاملين : سيصبح تأهيل العاملين وتدريبهم في ظل التجارة الإلكترونية أكثر صعوبة وتعقيداً لتوفير المهارات والكفاءات اللازمة والقدرة على الإتصال والتأقلم مع القيم والعادات والأخلاقيات الجديدة في العمل مما يتطلب فهماً أوسع لطبيعة التجارة الإلكترونية ومبادئها التي تظهر نتيجة ذلك في بيئة العمل. وقد أثبتت دراسة أجريت على اكثر من ( ٣٠٠ ) شركة تطبق التجارة الإلكترونية في أعمالها، إن المدراء فيها لا زالوا غير قادرين على وضع تصور متكامل حول إستراتيجية التجارة الإلكترونية، كما أن الموظفين يفتقرون إلى المهارات اللازمة والخبرة، ويفتقرون إلى الثقافة الإلكترونية والإطلاع على أدبياتها في مجالات العمل بشكل لا يتناسب مع الثورة التجارة الإلكترونية وطموحاتها.

٩ ـ صعوبة توفير البنية التحتية المناسبة للتجارة الإلكترونية، فالأجهزة والبرامجيات والبنية التحتية للإتصالات وخدمات الإنترنت والصيانة المستمرة للأجهزة والمعدات والتطوير الدائم إنما تمثل البنية الأساسية لممارسة التجارة الإلكترونية بثقة عالية[١].

١٠ ـ وجود الحاجة الدائمة إلى إتخاذ التدابير اللازمة لضمان أمن المدفوعات الإلكترونية وسلامتها.

١١ ـ وضع سياسات أو قواعد عامة يكون الهدف منها حماية المستهلك والمحافظة على حقوقة.

١٢ ـ صعوبة مواكبت التطورات المتارعة في البرامجيات والتقنيات الإلكترونية، حيث تتعرض أدوات تطوير البرامجيات إلى تغيرات سريعة.

١٣ ـ لا تزال عملية التوسع في إستخدام الإنترنت ذات نفقات مرتفعة وهناك صعوبة في أنتقالها إلى العديد من المستهلكين الرئيسيين.

١٤ ـ غالباً ما تواجة عمليات التغير في الأنشطة التسويقية والتجارية بعض المقاومة من قبل المستهلكين، مما يعيق التكيف مع هذه التطورات بسرعة.

١٥ ـ ضعف الخدمات المساندة أو الداعمة لأنشطة التجارة الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق ببعض المعلومات التفصيلية التي يحتاجها المستهلك لإتخاذ قرارة التفضيلي بالشراء.

١٦ ـ قلة عدد مستخدمي الإنترنت في الوطن العربي بسبب إرتفاع تكلفة الإتصال مع الشبكة داخل الوطن العربي وعدم توفر حملات نوعية والإرشاد لإستخدام الإنترنت فضلاً عن إرتفاع أسعار أجهزة الحاسوب والأجهزة اللأزمة للربط مع الشبكة وكذلك البطء في تراسل المعلومات عبر الشبكة داخل الوطن العربي.

١٧ ـ عدم جاهزية المستهلكين في الوطن العربي لإستخدام الشبكة في مجال التجارة الإلكترونية، فضلاً عن عدم معرفة غالبيتهم بوجود مواقع تسوق عربية، حيث أثبتت إحدى الدراسات في عام ١٩٩٨ أن ما نسبتة ( ٧٥% ) من المستخدمين العرب للشبكة لا يعلمون بوجود مواقع عربية.

---

١ ـ فهد الخطيب وفلاح الحسيني، التجارة الإلكترونية وأثرها في المركز الإستراتيجي للشركات ( دراسة تطبيقية على عينة من الشلاكات الصناعية الأردنية). مرجع سابق ذكره، ص ( ١٦٩ ـ ١٧٠ ).

* **علاقة التجارة الإلكترونية بعلم المحاسبة :-**

إن جميع الهيئات والجمعيات المحاسبية وتدقيق الحسابات المهتمة بعلم المحاسبة تولي التجارة الإلكترونية إهتماماً كبيراً جداً، من منطلق أن عملية البيع التي تتم من خلال موقع الشركة مرتبطة بشكل وثيق ومباشر بنظام المحاسبة المؤتمت، وقد أصبح حتماً على المحاسب والمدقق الإلمام بهذا العلم الجديد. فلقد ذكر ( البرت مرسيل Albert Marcella,1998 ) في مقالته المعنونه بالتجارة الإلكترونية في مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات، " لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغيرات كبيرة في علم التجارة العالمي وفي آلية العمليات مما جعل من الضروري ان يلم كل محاسب والمدقق بتلك التغيرات وأثره على مهنتهما وعلى الأعمال التي يقومون عليها وعلى ظروف البيئة القانونية المتعلقة بالمهنة"[1].

من المهم هنا أن نذكر بان التجارة الإلكترونية وشبكة الإنترنت تستطيع أن تساهم بالخصائص النوعية للمعلومات، وذلك بتوفير خاصية الملاءمة بشكل كبير، وخصوصاً بتوفير الخاصية الفرعية المتمثلة بالتوقيت المناسب.

ونتيجة لذلك فإن النظام المحاسبي وبما يزوده من معلومات هامة جداً لأصحاب المصالح بشكل عام، ومتخذي القرار بشكل خاص، يصبح عديم الجدوى في حالة عدم توفير الثقة في تلك المعلومات، وبما أن نظام التجارة الإلكتروني والمرتبط بشبكة الإنترنت مربوط بشكل مباشر بنظام المحاسبة المؤتمت وفي حالة حدوث خلل أو إختراق للنظام المحاسبي من خلال شبكة الإنترنت تصبح مخرجات النظام المحاسبي مشكوكاً بمصداقيتها وبالتالي ستفقد ثقة المستخدمين.

ومما سبق نستطيع القول، بأننا إن أردنا أن تكون معلومات النظام المحاسبي ذات موثوقية عالية فإنه لا بد من تحقيق أمرين مهمين : الأول إيجاد آلية معينة لحماية النظام المحاسبي من الإختراقات عبر الإنترنت، والثاني : إيجاد آلية معينة تؤكد على سلامة آلية التجارة الإلكترونية ومواقع تصفح الشركة في شبكة الإنترنت.

وقد تبدو للوهلة الأولى إن ما يسعى إليه الباحث هو عبارة عن أمور تكنولوجية بحتية، لكن في حقيقة الأمر، هو عبارة إجراءات رقابية محاسبية ذات طابع تكنولوجي يتماشى مع تغيرات التكنولوجيا العالمية والتي لا بد لعلم المحاسبة والتدقيق من مواكبتها.

---

1 – Albert Marcella, Electronic Commerce, Part 1, Lt Audit, Vol, 1, 1998, lnstitute of internal auditors –https://theiia.org

*** أثر التجارة الإلكترونية على كل من المحاسبة والتدقيق :-**

لقد أوضح ( البرت مرسيلا Albert Marcella,1998 ) أن تكنولوجيا المعلومات الحديثة أحدثت وتحدث تغيرات على كل من العناصر التالية [١] :-

١ ـ ممارسة المحاسب والمدقق.

٢ ـ تقنيات المحاسب والمدقق.

٣ ـ مهارات المحاسب والمدقق.

٤ ـ معلومات المحاسب والمدقق.

٥ ـ المعلومات الضرورية التي يجب أن يحيط بها كل من المحاسب والمدقق.

٦ ـ التزام المحاسب والمدقق.

٧ ـ نوعية الخدمات المقدمة من قبل المحاسب والمدقق.

والنقطة المهمة والجدير ذكرها، أن نظام الرقابة الداخلي تأثر وبشكل جوهري بوجود التجارة الإلكترونية، حيث أصبحت الإجراءات الرقابية التقليدية عديمة الجدوى، وأصبح لا بد من إجراءات رقابية تكنولوجية تواكب التغيرات التكنولوجية المصاحبة للتجارة الإلكترونية.

وأصبحت عملية التوكيد على نظام الرقابة الداخلي في ظل التجارة الإلكترونية من أكبر بل وأصعب التحديات التي تواجه كلاً من المحاسب والمدقق.

وكما هو معروف بأن كلاً من مهنة التدقيق والمحاسبة تعمل ضمن بيئة أعمال معينة، ويبرز هنا سؤال مهم وملح، ما هو دور كل من المحاسب والمدقق في حالة أن بيئة الأعمال تغيرت كلياً.

*** التجارة الإلكترونية وعلاقتها بمعايير المحاسبة ومعايير التدقيق :-**

في أواخر عام ١٩٩٧ تنبهت هيئات المحاسبة والتدقيق المختصة لأهمية التجارة الإلكترونية وتوقعت أن تولد العمال الإلكترونية دخلاً يتعدى التريليون دولار في نهاية عام ٢٠٠٢ وأصبحت مهنة المحايبة من المهن الرائدة في تطوير معايير للتجارة الإلكترونية، وذلك لتمكين منتسبيها من توفير التوكيدية بالتعامل بالتجارة الإلكترونية لبيئة الأعمال المتعاملة بها [١].

---

1 – Albert Marcella, Electronic Commerce, Part 1, Lt Audit, Vol, 1, 1998, lnstitute of internal auditors –https://theiia.org.

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره،ص (٧٤ ـ ٧٥ ).

وقد أنشأ كل من معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي وبالتعاون مع معهد القانونيين الكندي لجنة خاصة أوكلت إليها مهنة دراسة حاجة السوق لخدمات توكيد التعاملات بالتجارة الإلكترونية، وذلك كي تتمكن كل من مهنة المحاسبة ومهنة التدقيق من الإستجابة السريعة لتلك الحاجات.

وقد تمكنت اللجنة فعلاً من دراسة السوق، وخلصت إلى أن المستهلكين قلقين من التعامل الإلكتروني، ووجدت أن الأسئلة الرئيسية التي تتبادر إلى أذهانهم دوماً هي :ــ

١ ــ هل الشركة التي أتعامل معها عبر شبكة الإنترنت، هي فعلاً الشركة المعنية أم لا؟

٢ ــ هل في حالة أني زودت الشركة برقم بطاقة إعتمادي أو رقم حسابي، تعد عملية آمنة؟

٣ ــ هل المعلومات الشخصية الخاصة بي لا يتم تداولها من قبل الغير في شبكة الإنترنت؟

٤ ــ هل سأتلقى طلبي نفسه الذي اطلبه عبر شبكة الإنترنت؟

٥ ــ هل سيتم الإيفاء بالتسليم وبالموعد المحدد؟

٦ ــ من الذي سيكفل حصولي على قيمة البضاعة المذكورة بموقع الشركة؟

وإنطلاقاً من الأسئلة السابقة إستطاعت تلك اللجنة إنشاء مشروع ما يسمى موثوقية الشبكة ( Web Trust ).

* الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية :-

من وجهة نظر محاسبية بحتة، فإن عملية البيع والشراء تعد جوهر الإختلاف فيما بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، فالإجراءات الرقابية المتبعة في كل من البيئتين مختلفة تماماً، والإختلاف الرئيسي يمكن حصره بالقول إن التجارة التقليدية ذات طابع توثيقي، بينما التجارة الإلكترونية ذات طابع غير توثيقي ( وهمي )، رغم حقيقة تمام العملية.

ويمكن معرفة الفرق بشكل أعمق، بعمل مقارنة بسيطة بين البيع في كل من التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، وبالشكل التالي [١]:-

| مرحلة دورة المبيعات | التجارة التقليدية | التجارة الإلكترونية |
| --- | --- | --- |
| البحث عن معلومات منتج | مجلات وممثل تجاري | صفحة Web |
| طلب منتج | رسالة أو وثيقة | بريد إلكتروني |
| التأكيد على الطلبية | رسالة أو وثيقة | بريد إلكتروني |
| مراقبة السعر | كتالوج مطبوع | كتالوج على Web |
| التأكد من توفر السلع | هاتف أو فاكس | لا يوجد |
| تسليم الطلبية | وثيقة مطبوعة | بريد إلكتروني |
| بعث الطلبية | فاكس أو بريد | بريد إلكتروني |
| التأكد من توفير السلع بالمخازن | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| تخطيط التسليم | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| تعميم الفاتورة | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| تسلم السلع | المورد | |
| تأكيد التسليم | وثيقة مطبوعة | بريد إلكتروني |
| بعث الفاتورة | بريد عادي | بريد إلكتروني |
| مدة الدفع | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| بعث التسوية المالية | بريد عادي | قاعدة بيانات |

١ ـ زاري بلقاسم، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المؤتمر العلمي الثاني السنوي لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الإقتصادية، مرجع سابق ذكره ، ص ٣٦١.

يلاحظ من جدول المقارنة السابق، بأن التجارة الإلكترونية تفقد عامل التوثيق في أغلب المراحل، وغياب التوثيق له دور سلبي جداً على آلية الإعتراف بالإيراد وخصوصاً أن أغلب العمليات ذات طابع غير ملموس.

وإن غياب التوثيق المستندي وترافقه مع مخاطر التجارة الإلكترونية له أثر مباشر على أساس أو قاعدة العمليات، ويساهم بمشكلة جديدة متعلقة بعملية تحقيق الإيراد والإعتراف به.

فتحت عنوان الإعتراف بالإيراد وتحققه، أوصت لجنة المحاسبة الأمريكية عام ١٩٦٤ بأنه يمكن تحسين مفهوم التحقق إذا طبقت المقاييس التالية [١] :ـ

١ ـ يجب أن يكون الإيراد قابلاً للقياس.

٢ ـ يجب أن يدعم صحة التحقق قياس نتيجة حدوث عملية تبادلية مع أطراف خارجية.

٣ ـ يجب حدوث الحدث الحاسم وهو بأن الإيراد يجب أن يتحقق عند إتمام معظم العمل أو المهنة في عملية الإكتساب، وينتج عن هذا الإختبار الإعتراف بالإيراد في أوقات مختلفة لمنظمات الأعمال المختلفة.

"إن إستعمال مفهوم أو معيار " التحقق" عادة ما ينتج عنه الإعتراف بالإيراد عند نقطة البيع، ومع ذلك، فإن توقيت الإعتراف قد يكون مسبقاً أو يتم تأخيره حسب طبيعة العملية وبالنظر لدرجات التأكد المختلفة. فعندما يكون هناط درجة عالية من التأكد مرتبطة مع تحقق الإيراد، فإن الإعتراف بالإيراد قد يسبق نقطة البيع، وعلى العكس من ذلك، كلما كانت درجة عدم التأكد عالية بالنسبة لإرتباطها بتحقق الإيراد، زاد الإتجاه بصورة اكبر لتأخر الإعتراف بالإيراد"

من الجدير بالذكر، أن معايير المحاسبة وضعت أسساً لمعالجة عملية الإعتراف بالإيراد في ظل ظروف عديدة، ولكن ضمن التجارة التقليدية الموثقة، ولكنها لم تضع أسساً خاصة لمعالجة الإعتراف بالإيراد في ظل التجارة الإلكترونية غير الموثقة.

تحت ظروف خاصة للإعتراف بالإيراد، ذكر المعيار المحاسبي الأمريكي رقم SFAS No. 48 تحت عنوان "الإعتراف بالإيراد عند وجود حق رد السلعة" أن على البائع الإعتراف بالإيراد عند نقطة البيع عندما يوجد حق الرد فقط حين تلبي الشروط التالية[١] : ـ

---

١ ـ د.ظاهر القشي، مدى فاعية نظم تامعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره،ص ( ٨٩ ـ ٩٠ ).

١ ـ أن يكون سعر البيع محدداً أو ثابتاً بتاريخ البيع.

٢ ـ أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزماً بالدفع للبائع.

٣ ـ أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة.

٤ ـ أن يكون الجوهر الإقتصادي للمشتري بعيداً كل البعد عن الجوهر الإقتصادي للبائع.

٥ ـ أن لا يكون للبائع التزامات رئيسية للأداء بالنسبة لإعادة بيع السلعة.

٦ ـ إمكانية التقدير المعقول للمردودات المستقبيلة.

وفي حالت عدم تلبية هذه الشروط، يجب تأجيل الإعتراف إلى أول نقطة يكون عندها قد إنتهى حق الإرجاع.

وقد ذكرت نشرة لجنة الأوراق المالية الأمريكية SEC رقم SAB No. 101 بأنه لا يجوز الإعتراف بالإيراد إذا تحقق أو هنالك إمكانية لتحققه. وتم إكتسابه وفقاً للمعايير التالية :ـ

١ ـ وجود دلائل مقنعة بالإثبات.

٢ ـ تحديد سعرالبيع من قبل البائع للمشتري.

٣ ـ تم تسليم البضاعة أو تمت تأدية الخدمة.

٤ ـ عملية التحصيل مؤمنة بشكل معقول.

* **المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الالكترونية**[١] :ـ

إن تحديد تحديات التجارة الالكترونية القانونية، يستلزم تصور العملية من بدايتها وحتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي، ومن ثم توجيه مؤشر البحث نحو إستخلاص عناوين التحديات، ومن ثم بيان محتوى التحدي وما تقرر من حلول مقارنة لمواجهته.

التجارة الالكترونية في صورتها العامة، طلبات بضاعة أو خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان المطلوب منه الخدمة أو البضاعة، وتتم الإجابة بشأن توفر الخدمة أو البضاعة على الخط، وقد يكون الوضع ـ كما في المتاجر الإفتراضية ـ أن تكون البضاعة أو الخدمة معروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة أو طلب الشراء من الزبون المتصفح للموقع، وعلى الخط أيضاً، وبالتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة، وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثمنه أو بدله في حالة الخدمات على الخط (أي عبر شبكات المعلومات). وتثير هذه المرحلة ( السابقة على التعاقد فعليا ) مشكلات وتحديات عديدة، أولها، توثق المستخدم أو الزبون من حقيقة وجود الموقع أو البضاعة أو الخدمة. وثانيهما مشروعية ما يقدم في الموقع

1 - http://www.opendirectorysite.info/e-commerce, 25/10/2007.

من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية ( مشكلات الملكية الفكرية ). وثالثها تحديات حماية المستهلك من أنشطة الإحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للخدمات والمنتجات المعروضة. ورابعها :- الضرائب المقررة على عائدات التجارة الالكترونية عبر الخط، ومعايير حسابها، ومدى إعتبارها قيدا مانعا وحادا من إزدهار التجارة الالكترونية. وهذه التحديات أيضا ترافق المراحل التالية من خط نشاط التجارة الإلكترونية، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديان يسيران بتواز مع سائر مراحل أنشطة التجارة الإلكترونية.

المرحلة التالية تتمثل في إبرام العقد، بحيث يتلاقى الإيجاب والقبول على الخط أيضاً، ويتم ذلك بصور عديدة بحسب محتوى النشاط التجاري ووسائل التعاقد المقررة على الموقع، أشهرها العقود الإلكتروينة على الويب، والتعاقدات بالمراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني، وبوجه عام، تتلاقى إرادة المزود أو المنتج أو البائع مع إرادة الزبون، ويبرم الإتفاق على الخط، وهنا تظهر مشكلتين رئيستين:- أولهما توثق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر، بمعنى التوثق من سلامة صفة المتعاقد. وحيث أن من بين وسائل حل هذا التحدي إيجاد جهات محايدة تتوسط بين المتعاقدين (سلطات الشهادات الوسيطة) لجهة ضمان التوثق من وجود كل منهما وضمان أن المعلومات تتبادل بينهما حقيقية، وتمارس عملها على الخط من خلال إرسال رسائل التأكيد أو شهادات التوثيق لكل طرف تؤكد فيها صفة الطرف الآخر. وثانيهما :- حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد، وهذه يضمنها في التجارة التقليدية توقيع الشخص على العقد المكتبوب أو على طلب البضاعة أو نحوه أو البينة الشخصية ( الشهادة ) في حالة العقود غير المكتوبة لمن شهد الوقائع المادية المتصلة بالتعاقد إن في مجلس العقد أو فيما يتصل بإنفاذ الأطراف للإلتزامات بعد إبرام العقد، فكيف يتم التوقيع في هذا الفرض، وما مدى حجيته أن تم بوسائل الكترونية، ومدى مقبوليته بينة في الإثبات، وآليات تقديمه كبينة إن كان مجرد وثائق وملفات مخزنة في النظام ؟؟؟؟

إن بيئة التجارة الإلكترونية توجد وسائل تتفق وطبيعتها ومن هنا وجدت وسيلة التوقيع الرقمي ( Digital Signature ) لتحقيق وظيفة التوقيع العادي على نحو ما سنوضح فيما ياتي.

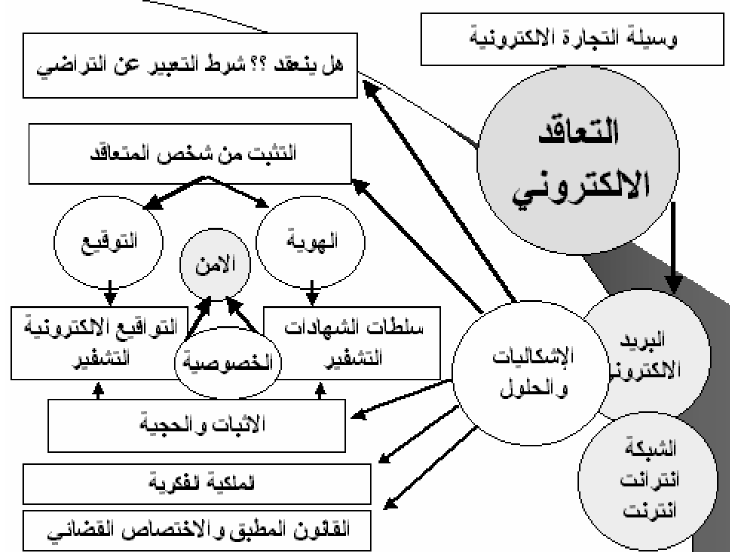
والمرحلة الثالثة تتمثل في إنفاذ المتعاقدين لإلتزاماتهما، البائع أو مورد الخدمة الملزم بتسليم المبيع أو تنفيذ الخدمة، والزبون الملزم بالوفاء بالثمن، ولكل التزام منهما تحد خاص به، فالإلتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم او تأخره أو تسليم محل تتخلف فيه

مواصفات الإتفاق، وهي تحديات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان الأنشطة التجارية التقليدية، أما دفع البدل أو الثمن، فإنه يثير إشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقات الائتمان، أو تزويد رقم البطاقة على الخط، وهو تحد نشأ في بيئة التقنية ووليد لها، إذ يثير أسلوب الدفع هذا مشكلة أمن المعلومات المنقولة، وشهادات الجهات التي تتوسط عملية الوفاء من الغير الخارج عن علاقة التعاقد أصلاً، إلى جانب تحديات الأنشطة الجرمية في ميدان إساءة إستخدام بطاقات الائتمان وأنشطة الإستيلاء على رقمها وإعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع.

يضاف إلى هذه التحديات، تحديات يمكن وصفها بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط ككل لا بمراحل تنفيذه كتحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين وخصوصية المعلومات المتداولة بينهما وتحد حماية النشاط ككل من الأنشطة الجرمية لمخترقي نظم الكمبيوتر والشبكات، أو ما يعرف عموما بجرائم الكمبيوتر وتحدي مشكلات الإختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين أطراف العلاقة التعاقدية، إذ في بيئة الإنترنت، تزول الحدود والفواصل الجغرافية، وتزول معها الإختصاصات المكانية لجهات القضاء، فأي قضاء يحكم المنازعة وأي قانون يطبق عليها عند إختلاف جنسية المتعاقدين، وهو الوضع الشائع في حقل التجارة الإلكترونية.

ويوضح الشكل الإطار العام لتحديات التجارة الإلكترونية والوسائل التقنية لحل هذه التحديات .

إطار توضيحي للتحديات القانونية للتجارة الإلكترونية [1]




1 - http://www.opendirectorysite.info/e-commerce, 25/10/2007.

# الفصل الثاني :

# المحاسبة الإبداعية ودور المدقق الخارجي من الحد من إستخدامها

## المقـــدمـــــة :

تقـوم المحاسـبة بتزويـد الأطـراف ذات العلاقـة ( الإدارة، المـساهمين، المقرضـين، والجهـات الرسـمية والبـاحثين ) بالمعلومـات الماليـة الكميـة، لتـساعدهم علـى إتخـاذ القـرارات المتنوعة التي تتراوح ما بين قرارات تتعلق بتوظيف وغستخدام المصادر المتوفرة في المنشأة لتحقيق أهدافها وإجراء الدراسـات التحليليـة لواقع عمل منشئاة الأعمال وإتجاهاتها المستقبلية مروراً بإجراء عمليات الرقابة والمتابعة التي تمارسها الجهات الرسمية.

خلال العقود الماضية ومع التوسع الكبير في عالم الأعمال، وعمليات التنوع والتعقيد التي صبغت هذا القطاع أصبحت مهنة المحاسبة ووظائفها وادواتها ذات أهمية كبيرة في عمل هذه المنشئات، بحيث أصبحت البيانات المالية التي يوفرها المحاسبون والمتمثلة في الواقم المحاسبية الأساسية المؤلفة من الميزانية، وقائمة الدخل، وقائمة التدفقات النقدية وغيرها، والملاحق والإيضاحات التفصيلية التي ترافقها، أصبحت تشكل الأساس الذي تعتمد عليها عمليات إدارة منشئات الأعمال وتقييمها ومتابعتها وتعتبر الوعاء الأساس الذي يحمل المعلومات ذات العلاقة بعمل هذه المنشئات.

إن المحاسبة تعمل في بيئة إجتماعية وإقتصادية وسياسية وقانونية، ذات ملامح وصفات محدده، تتأثر في أساليب عملها وتقنياتها بخصائص هذه البيئة وتؤثر فيها، وفي إطار هذه البيئة، فإن المحاسبة تلعب دوراً أساسياً، وعلى هذه الأرضية تم تقديم العديد من التعريفات لمفهوم المحاسبة، أهمها التعريف الذي قدمة مجلس المبادئ المحاسبية الذي نص على أن " المحاسبة هي نشاط خدمي، وظيفتها تقديم معلومات كمية، ذات طبيعة مالية في الأساس، بالنسبة للوحدات الإقتصادية والتي تساعد في إتخاذ القرارات الإقتصادية الرشيدة، وتحديد الإختيارات المعقولة من بين البدائل المتاحة[١].

---

١ــ محمدالصبان،علي احمد حسن،المحاسبة المتوسطة١٩٩٧،الدار الجامعية،ص(٨).

**ماهيـــة المحاسبـــة الإبداعيـــة :-**

يستخدم مفهوم المحاسبة الإبداعية Creative Accounting لوصف حالات إظهار الدخل Income، والموجودات Assets والإلتزامات Liabilities، لمنشئى الأعمال بصورة غير صادقة وغير حقيقية، الأمر الذي قاد إلى حدوث العديد من الإنهيارات والفضائح المالية في العديد المنشأت الإقتصادية الكبرى مثل إنرون Enron، وورلدكوم Worldcom، وهاركن Harkin، ومريل أنديكوا Merill Endico وغيرها.

وخلال العقدين الماضيين أخذ المختصون في المحاسبة بدراسة هذه الظاهرة وقدموا خلال دراستهم وتحليلهم لهذه الظاهرة العديد من التعريفات أبرز ما قدمه جرفلثز ( Griflіths ) في عام ١٩٨٦، حيث أشار على أنها " الإجراءات التي تمارسها منشئآت الاعمال بهدف التقليل من أرباحها أو زيادتها، من خلال حساباتها التي تم تشكيلها والتلاعب بها وبطريق خفية للتغطية على المخالفات والإجراءات، واعتبرها عملية خداع كبرى[١].

ويشير بعضهم إلى أن المحاسبة الإبداعية هي وصف عام لعملية التلاعب في التقارير المالية لتحقيق هدف خفي، وهي عملية يستخدم بوساطتها المحاسبون، معرفتهم في المبادئ والقواعد المحاسبية للتلاعب في قيم الحسابات المتعلقة بالمنشئآت[٢].

وقام مكبارنت وويلانس ( Mcbarnet & Whelance )، بتقديم تعريف للمحاسبة الإبداعية، كما يلي "المحاسبة الإبداعية هي الإستخدام القانوني للمبادئ والقواعد المحاسبية بطريقة ما، لتحريف وتزييف القوائم المحاسبية"[٣].

---

1 - Chatfield, A History of Accounting Thought,(1997), San Diego,p(1)
2- Oriol, John, jack, "The Ethics of Creative Accounting،" Journal of Economic Literature,(1999) , Working paper Available in www.dissertation.com ,p(9).
3 - Barnet, Whelance, Accounting and Cross- Eyed Javelin thrower, (1999) available in www.fortunecity.com , p(4).

إضافة إلى ذلك، فإن جيمسون ( Jameson ) تناول هذا الموضوع من زاوية مهنة المحاسبة، حيث أشار إلى أن المحاسبة تشمل التعامل مع العديد من القضايا التي تتطلب إصدار أحكام، وحل المشكلات بين الأساليب المحاسبية المختلفة لتقديم عرض لنتائج الأحداث والعمليات المالية. إن المرونة التي تتمتع بها الأساليب المحاسبية توفر فرصاً للتلاعب وإظهار صورة غير حقيقية لحالة المنشأة، وهذه النشاطات والممارسات والتي يرافقها القليل من عناصر الشك في مهنة المحاسبة، يطلق عليها المحاسبة الإبداعية[1].

وهناك تعريف آخر للمحاسبة الإبداعية تناولة Kamal Naser حيث أشار إلى أن المحاسبة الإبداعية هي "عملية تحويل القيم المحاسبية المالية من صورتها الحقيقية إلى صورة مرغوبة، بحيث تعطي القيم الجديدة ميزة إيجابية للمنشأة دون المس بأي من المبادئ والقواعد المحاسبية"[2].

يتضح من مجمل التعريفات التي تناولت المحاسبة الإبداعية سابقة الذكر، أن هناك قواسم مشتركة يمكن تلخيصها بالآتي :ـ

١ ـ المحاسبة الإبداعية شكل من أشكال التلاعب والإحتيال في مهنة المحاسبة.

٢ ـ ممارسات المحاسبة الإبداعية تعمل على تغيير القيم المحاسبية الحقيقية إلى قيام غير حقيقية.

٣ ـ ممارسات المحاسبة الإبداعية تنحصر في إطار المبادئ والمعايير والقواعد المحاسبية المتعارف عليها، وبالتالي فهى ممارسات قانونية.

٤ ـ إن ممارسي المحاسبة الإبداعية، غالباً ما يمتلكون قدرات مهنية محاسبية عالية تمكنهم من التلاعب بالقيم وتحويلها وتحويرها بالشكل الذي يرغبون فيه.

**نشأة المحاسبة الإبداعية :ـ**

يعود تاريخ إستخدام عمليات التلاعب بالقيم المحاسبية للمنشئات في إطار المبادئ والمعايير والقواعد المحاسبية المعترف بها إلى بدايات عهود الثورة الصناعية، حيث كانت تتم عملية التلاعب أثناء إجراء حسابات التكاليف وذلك لأن التصنيع وتطوير أساليبه أوجد الحاجة إلى وجود ما يطلق عليه الان المحاسبة الصناعية Industrial Accounting، وبالتالي ضرورة وجود موظفين متخصصين في ذلك. وفي ذلك الوقت كانت لكل منشأة متكاملة الحرية

---

1 - Jamison, Practical Guide to Creative Accounting, (1988), London: Kogan,p(7-8).

2 - Kamal Naser, Creative Financial Accounting: its Nature and Use, (1993) Hemel Hempstead: Prentice Hall,p(2)

في إختيار المبادئ المحاسبية التي تراها ملائمة لإحتياجاتها. ولكن درجة إستقلال العمل المحاسبي ضعيفة. وبالتالي درجة تأثير المحاسب فب إعداد التقارير المالية ضعيفة أيضاً، حيث إنحصر سلوك المحاسب المهني في الإستجابة لأهداف ورغبات المديرين الذين كانوا أصحاب الحق في تقييم الموجودات، وتقدير الدخل. وفي القرن الثامن عشر أخذت العديد من المنشئات تندمج مع بعضها البعض، لتكوين منشئات كبيرة وضخمة، الأمر الذي قاد إلى ضرورة وجود وإستخدام نظام محاسبي لتفادي الأخطاء الحسابية والسيطرة عليها ومنع السرقات، وامتلاك القدرة على تحديد الثروة في أي وقت، وفي هذه المرحلة أصبحت عملية تقدير الموجودات الثابتة وإهتلاكها وتكاليف صيانتها وإستبدالها، من أكثر المشكلات التي تواجه المحاسبين وإنتقلت عملية إصدار التقارير والبيانات المحاسبية من نهاية المشروع إلى نهاية الفترة المالية. إن تنوع وتعارض أساليب تقييم الموجودات التي كانت مستخدمة في القرن التاسع عشر، تعتبر من أهم صفات المحاسبة في ذلك القرن، حيث كان يستخدم أسلوبان أساسيان إعتمد الأول على أسلوب التكاليف الإستبدالية للموجودات، والثاني إعتمد على الموجودات المخصومة منها الإهتلاك. وقد رافق عملية تطوير الإجراءات المحاسبية المستخدمة، إجراءات خفية للتلاعب في البيانات المحاسبية في إطار القواعد المحاسبية والقانونية[١].

## فن التلاعب بالحسابات :-

تتعدد أشكال وأنواع التلاعب بالحسابات وتتباين تصنيفاتها تبعاً لرؤية دارسي هذه الظاهرة، ولعل من أبرز اللذين درسوا هذه الظاهرة تشارلز مولفرد ( Charles Mulford ) ويوجين كومسكي ( Eugene Comiskey )، اللذين درساها في كتاب يحمل عنوان "لعبة القيم المالية" صدر في عام ٢٠٠٢، إضافة إلى هيرفي ستولني ( Herve Stolony ) وجاتن بريتون ( Gaetan Breton )، في مقالة تحمل عنوان "إطار لتصنيف التلاعب بالحسابات"، نشرت في عام ٢٠٠٠. وفيما يلي عرض لمختلف أنواع التلاعب بالحسابات وأشكالها.

يصنف شارلز مولفرد ويوجين كومسكي أساليب التلاعب بالحسابات إلى خمسة أنواع هي [٢]:-

1 - Chatfield, A History of Accounting Thought,(1997), San Diego, CA: Druden Press,p(33-37)
2 - Mulford, Comisky, The Financial Numbers Gambers, (2002),p(3).

١ ـ المحاسبة النفعية ( Aggressive Accounting ) : ـ

وتعرف بأنها الإصرار على إختيار وتطبيق أساليب محاسبية محددة لتحقيق أهداف مرغوبة، وبخاصة لتحقيق أرباح عالية، سواء اكانت الممارسات المحاسبية المتبعة مستندة إلى المبادئ المحاسبية المتعارف عليها أو لا.

٢ ـ إدارة الدخل ( Earnings Management ) :ـ

وتعرف بأنها التلاعب في الدخل بهدف الوصول إلى هدف مقدر بشكل مسبق، الذي يمكن أن يكون محدداً من قبل الإدارة، أو متنبأً به من قبل محلل مالي، أو ليكون متوافقاً مع مسارات محددة للعمل.

٣ ـ تلطيف الدخل ( Income Smoothing ) :ـ

ويعرف بأنه شكل من أشكال التلاعب بالدخل، بحيث يتم تحريك الدخل بين الفترات المتفاوتة المستوى، ويشمل ذلك تخفيض أو تخزين الدخل في السنوات ذات الدخل الجيد إلى السنوات ذات الدخل السيء. ويعتبر من أشكال التلاعب يتم خلاله تخفيض الأرباح المتزايدة في الدخل لفترات ذات الدخل العالي والإحتفاظ بها على شكل مخصصات للفترات الزمنية ذات الدخل السيء.

٤ ـ التلاعب بالتقارير المالية ( Fraudulent Financial Reporting ) :ـ

ويعرف بأنه إظهار بيانات خاطئة بشكل متعمد، أو قيم معينة أو إخفائها في البيانات المالية، بهدف تضليل مستخدمي الليانات المالية، وهذا النوع من التلاعب يعتبر عملاً مخالفاً للقانون.

٥ ـ ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية ( Creative Accounting Practices ) :ـ

يتمثل في أية خطوات تستخدم للتلاعب بالقيم المالية، وتشمل الخيارات المنفعية، وتطبيق المبادئ المحاسبية والتلاعب بالتقارير المالية، واية خطوات أخرى تتخذ نحو فبركة الدخل وتحسين صورته.

وهذا النوع من التلاعب يشكل موضوع الدراسة التي نحن بصددها.

أما هوارد شيليت ( Howard  Schilit )، فقد صنفها تحت عنوان الخدع المالية، وعددها سبعة كما يلي [١]:ـ

١ ـ الخدعة المالية رقم ( ١ ) :ـ

تتمثل في تسجيل إيرادات المبيعات مبكراً وقبل شحنها، وتسجيلها قبل أن يلتزم الزبون بدفع ثمنها.

٢ ـ الخدعة المالية رقم ( ٢ ) :ـ

وتتمثل في تسجيل إيرادات مزيفة، وهي تشمل تسجيل مبيعات ذات أثر إقتصادي ضعيف، وتسجيل نقد متسلم بإعتباره دخلاً، وتشمل كذلك تسجيل عائد الإستثمار بإعتباره إيراداً.

٣ ـ الخدعة المالية رقم ( ٣ ) :ـ

وتتمثل في دفع الدخل من خلال عائد لمرة واحدة، وهو يشمل ( زيادة ) دفع الأرباح من خلال بيع اصل مقيم أقل من الحقيقة، وكذلك إعتبار عائد الإستثمار جزءاً من الإيرادات، إضافة إلى تسجيل عائد الإستثمار بإعتبارة دخلاً تشغيلياً.

٤ ـ الخدعة المالية رقم ( ٤ ) :ـ

وتتمثل في نقل المصاريف الجارية إلى فترات محاسبية سابقة أو قادمة، وتشمل رسملة التكاليف التشغيلية العادية وتغيير السياسات المحاسبية إضافة إلى إهتلاك التكاليف بشكل بطيء جداً، والفشل في تسجيل الأصول التالفة، وتخفيض خدمات الأصول.

٥ ـ الخدعة المالية رقم ( ٥ ) :ـ

وتتمثل في عدم تسجيل أو التخفيض غير الملائم في الإلتزامات، المترتبة وهي تشمل الفشل في تسجيل المصاريف والإلتزامات وإيجاد حسومات/ خصومات زائفة، إضافة إلى تسجيل الإيرادات عند تسلم النقد، مع بقاء الإلتزامات المستقبلية كما هي وكذلك تخفيف الإلتزامات من خلال تغير الإفتراضات المحاسبية.

٦ ـ الخدعة المالية رقم ( ٦ ) :ـ

وتتمثل في نقل الإيرادات الحالية إلى فترة زمنية محاسبية لاحقة.

٧ ـ الخدعة المالية رقم ( ٧ ) :ـ

---

1 - Howard Shilit, Financial Shenanigans, 2nd edition, Mc Grow- Hill,(2002), p(24).

وتتمثل في نقل المصاريف المستقبلية إلى الفترةالمحاسبية الحالية، وهي تشمل تسريع وزيادة المصاريف التي تعتمد على تقدير المرء في الفترة المحاسبية الحالية.

أما هيرفي ستولني ( Herve Stolony ) فقد حدد التلاعب في الحسابات بنوعين وهما [١]:ـ

١ ـ المحاسبة الإبداعية ( Creative Accounting ).

٢ ـ إدارة الدخل ( Earnings Management ).

**التقنيات والأساليب المستخدمة في المحاسبة الإبداعية :ـ**

يمكن حصر التقنيات المستخدمة ضمن إطار المحاسبة الإبداعية في أربعة تقنيات أساسية هي [١]:ـ

١ ـ تسمح بعض معايير المحاسبة للمنشأة بإختيار أساليب محاسبية مختلفة، الأمر الذي يسمح للمنشئآت بإختيار أساليب وسياسات محددة بهدف إعطاء صورة مالية مرغوبة عن المنشأة ولمواجهة وتقليل فرص إستخدام الأساليب المحاسبية المستخدمة في المنشأة الواحدة.

٢ ـ تعتمد بعض العمليات المحاسبية بشكل كبير على درجة تقدير وتوقع الأشخاص مثل تقدبر فترة عمر الموجودات اللأزم لحساب إهتلاكها، وهذه التقديرات عادة يتم إنجازها داخل المنشأة، وهنا تكون إمكانية التلاعب بتقدير عمر هذه الموجودات، وفي هذه الحالات التي تكون فيها الجهة المقدرة لعمر الموجودات خارجية، فإن المنشأة تقوم بإختيار المقدرين لديها من قبل، وبالتالي تعمل على التأثير على تقديراتهم بما يتلائم ورغباتهم ولمواجهة وتقليل فرص التلاعب بقيم الأصول وتقدير عمرها، تعمل هيئات المحاسبة الدولية على تقليل مجالات التقدير لصالح إعتماد القيم الفعلية.

٣ ـ القيود المحاسبية المزيفة، يمكن أن تستخدم للتلاعب في قيم الميزانية ونقل الأرباح بين الفترات المحاسبية، ويمكن تحقيق ذلك من خلال إدخال القيود المحاسبية ذات العلاقة بتعاون طرف ثالث. فعلى سبيل المثال، يمكن بيع أحد الأصول التابعة للمنشأة وإعادة إستئجارها من قبل المنشأة حتى تنتهي فترة إهتلاكها. إن سعر البيع المشترط بإعادة التأجير يكمن أن يكون أعلى أو أقل من القيمة الفعلية للأصل، بحيث يستخدم القيود المحاسبية المزيفة للتلاعب في

---

1 - Stolowy, Breton, A Framework the Classification of Accounts Manipulation, HEC School of Managemet,(2002), available in www.dissertatiom.com,p(4).

١ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، رسالة دكتوراة جامعة عمان العربية للدراسات العليا٢٠٠٦،ص(٤٥-٤٦).

البيانات المحاسبية تشجع الهيئات المحاسبية الدولية على تصميم وإستخدام نماذج خاصة تسجل فيها القيود وتفصيلها.

٤ ـــ القيود المحاسبية الحقيقية، يمكن أن توظف لإعطاء صورة وإنطباع جيدين عن الحسابات، فعلى سبيل المثال، يوجد لدى المنشأة أحد الأصول الذي تم شراؤه في فترات سابقة بقيمة ( ١٠٠٠ ) دينار، وأصبحت قيمتة السوقية ( ٣٠٠٠ ) دينار ويمكن بيعه في أي وقت، فإن الإدارة تمتلك الحق في بيعه في أي فترة زمنية تتلائم مع رغباتهم لتحسين صورة الأداء من خلال تسجيل الأرباح للأصل في الفترة الزمنية التي تراها مناسبة ولمواجهة وتقليل فرص إستخدام هذا النوع من القيود للتلاعب في البيانات المحاسبية. وتطالب بعض المنظمات المحاسبية الدولية بإعادة تقييم الأصول بين الحين والآخر.

# معايير المحاسبة الدولية

**١ ـ لجنة معايير المحاسبة الدولية :ـ**

ظهرت معايير المحاسبة الدولية إلى الوجود في ٢٩ حزيران ١٩٧٣ لتكون ثمرة للاتفاقيات التي عقدة بين الجمعيات المحاسبية في استراليا، كندا، فرنسا، المانيا، اليابان، المكسيك، هولندا، المملكة المتحدة، ايرلندا والولايات المتحدة الأمريكية.

ويتولي إدارة شؤون هذه اللجنة مجلس يتكون من ممثلين لثلاث عشرة دولة إضافة لما لا يزيد عن أربع منظمات ذات إهتمام بالتقارير المالية[١].

**٢ ـ مفهوم المحاسبة الدولية :ـ**

تحتمل المحاسبة الدولية العديد من التعريفات وأدناه عدد من هذه التعريفات، فقد عرفت المحاسبة الدولية بأنها "التي تهتم بدراسة الفرضيات والمفاهيم والأسس والقواعد المحاسبية المطبقة في الدول المختلفة والتحري عن أسباب إختلافها" [٢]ويؤكد هذا التعريف التحري في أسباب إختلاف الفرضيات والمفاهيم والأسس والقواعد المحاسبية.

وعرفت أيضاً بأنها "تنسيق الأسس والقواعد، والمعايير المحاسبية المطبقة في الدول المختلفة والتي عن طريقها يمكن خدمة ومساعدة المستثمر المحلي والدولي بتوفير تقارير مركزه المالي بشكل يعكس المركز المالي الكفء"[٣] ويؤكد هذا التعريف إتساق الأسس والقواعد والمعايير المحاسبية المطبقة في الدول المختلفة بهدف خدمة ومساعدة المستثمر المحلي والدولي بتوفير تقاري مالية كفؤة.

**٣ ـ أهداف لجنة معايير المحاسبة الدولية :**

تشمل اهداف لجنة معايير المحاسبة الدولية كما تحددت في ميثاقها ما يلي[٤]:ـ

أ ــ وضع وصياغة ونشر المعايير المحاسبية التي لها علاقة بالصالح العام والتي يجب مراعاتها عند عرض البيانات المالية، وكذلك تشجيع توفير القبول العام لتلك المعايير على المستوي الدولي.

ب ــ العمل بشكل عام في إتجاه تحسين وإتساق الأنظمة والمعايير المحاسبية إذا التزموا، وكذلك الإجراءات المتعلقة بعرض البيانات المالية.

---

١ ــ وائل حسن أبو عواد، مدى الإنسجام بين مدقق الحسابات الخارجي والمستثمر المؤسسي في تقييم متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم(٣٠)، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت ١٩٩٩، ص٣٣.
٢ ــ حكمت الراوي، المحاسبة الدولية، ط١، عمان : دار حنين للنشر، ١٩٩٥، ص٢٣.
٣ ــ حكمت الراوي، المحاسبة الدولية، مصدر سابق ذكره، ص٢٥.
٤ ــ وائل حسن أبو عواد، مدى الإنسجام بين مدقق الحسابات الخارجي والمستثمر المؤسسي في تقييم متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم(٣٠)، مصدر سابق ذكرة، ص(٣٣ ــ ٣٤).

يوافق ألأعضاء على دعم اهداف لجنة معايير المحاسبة الدولية وذلك بالتزامها بالأمور التالية :ـ

أ ـ التأكد من أن البيانات المالية المنشورة تتماشى مع معايير المحاسبة الدولية وذلك في جميع النواحي ذات الأهمية المادية، كما تفصح عن الحقائق فيما يتعلق بهذا التماشي.

ب ـ إقناع الحكومات وكذلك الهيئات التي تختص فيها بوضع مثل هذه المعايير، بأن البيانات المالية المنشورة يجب أن تطبق وتتماشى مع معايير المحاسبة الدولية وذلك في جميع النواحي ذات الأهمية المادية.

ج ـ إقناع الجهات المخولية بالرقابة والأشراف على الأسواق المالية وكذلك مجتمع الصناعة والأعمال فيها، بأن البيانات المالية المنشورة يجب أن تتماشى مع معايير المحاسبة الدولية وذلك في جميع النواحي ذات الأهمية المادية، وكذلك بضرورة الإفصاح عن مدى هذا التماشي.

د ـ التأكد من أن المدققين فيها مقتنعون ذاتياً بأن البيانات المالية تتماشى مع معايير المحاسبة الدولية وذلك في جميع النواحي ذات الأهمية المادية.

هـ ـ السعي إلى الحصول على قبول وتطبيق عالمي لمعايير المحاسبة الدولية.

**٤ ـ أهمية تبني معايير المحاسبة الدولية :ـ**

هناك حاجة إلى توفير المعلومات والبيانات المالية لمستخدمي القوائم المالية من أجل إتخاذ القرارات الإقتصادية السليمة بالنسبة للإستثمار أو الإئتمان وغيرها من القرارات، لذلك لا بد من إعتماد معايير المحاسبة الدولية في إعداد هذه القوائم المالية وتبرز أهمية تبني معايير المحاسبة الدولية في أنها تعمل على[١] :ـ

أ ـ توجية الأشخاص الذين يقومون بتحضير القوائم المالية وأعدادها من أجل معرفة ما هو الإتفاق الإجماعي حول المعالجة السليمة والملاءمة للعمليات والأحداث الإقتصادية.

ب ـ تأكيد وضمان درجة معينة من التوحيد، بهدف التمكن من إجراء المقارنة للبيانات المالية التي تم إستقبالها والإعتماد عليها من قبل الأطراف التي ليس لها أي تأثير مباشر على تجميع هذه البيانات وعرضها، وتقرير ما إذا كانت معايير المحاسبة الدولية، قد تم التمسك والالتزام بها من أجل ممارسة الحكم الشخصي من قبل المدقق.

---

١ ـ نعيم دهمش، القوائم المالية، والمبادئ المحاسبية المتعارف عليها، والمقبولة قبولاً عاماً، ط١، معهد الدراسات المصرفية، عمان، ١٩٩٥، ص١٢.

وتعتبر المعايير المحاسبية من المرتكزات الأساسية في إعداد القوائم المالية، وتبني معايير محاسبة دولية في أعداد القوائم المالية ترتب عليه توفير قوائم مالية ذات قبول دولي، وهذا يعني إضفاء القبول الدولي للمعلومات المحاسبية المستقاه من قبل مستخدمي تلك القوائم في إتخاذ القرارات الإقتصادية بكل إرتياح، وسهل ذلك على المستخدمين في كيفية التوصل إلى المعلومات التي يحتاجون اليها، وذلك أن عملية إعداد القوائم المالية وفقاً لمعايير المحاسبة الدولية قد روعي في إعدادها أن تتوفر فيها معظم ما يحتاج اليه المستخدمون من معلومات تساعدهم في إتخاذ قراراتهم.

**٥ ـ ميزات تبني أدلة ومعايير دولية بإعتبارها أدلة ومعايير وطنية :ـ**

هناك العديد من المميزات لدى تبني أدلة ومعايير دولية أهمها [١] :ـ

أ ـ توفير الوقت، والجهد،والتكاليف، والمصادر المهنية التي ستستخدم في ايجاد ووضع هذه المعايير.

ب ـــ أن معايير والأدلة الدولية التي صدرت حتى هذا التاريخ تشكل إطار عاماً لمهنة المحاسبة، وهذه تلبي وبصورة مناسبة حاجة معظم الهيئات والجمعيات المهنية في مختلف أنحاء العالم.

جـ ـ تجري مراجعة هذه المعايير بصورة مستمرة ومتواصلة من قبل اللجنة الدولية لتأكيد حداثتها وملاءمتها للظروف الراهنة وما يجري في العالم من تطورات.

د ـــ يبذل في الوقت الحاضر جهد مضاعف في مختلف أنحاء العالم لفرض تحقيق قبول الهيئات المشتركة في هذه الدول الأدلة والمعايير الدولية بصورة رسمية وإعتبارها مرجعاً مهنياً وتشريعياً.

هـ ـ تم تطوير ووضع هذه الأدلة والمعايير لتتلاءم مع الظروف وللإستعمال العالمي لها.

و ـــ إن الهيئات والجمعيات المهنية يمكن أن تستفيد من البيانات المساعدة والداعمة بأعمال اللجان المنبثقة عن الإتحاد الدولي للمحاسبين، وبشكل خاص لجنة التعليم والدستور الأخلاقي للمهنة.

**٦ ـ مساوئ الإستخدام القسري للمعايير الدولية :ـ**

تنشأ مساوئ عند إستخدام المعايير الدولية بشكل قسري منها[٢]:ـ

أ ـ عدم ملاءمة وتلبية بعض نصوص الأدلة والمعايير الدولية للقوانين والتشريعات المحلية.

---

١ ـ دونالد ماكلي، ميزات تبني أدلة ومعايير دولية بإعتبارها أدلة ومعايير وطنية، المؤتمر المحاسبي العربي الدولي الثاني حول المحاسبة والتنمية، إصدارات المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، العدد٥٨، تشرين الثاني ، ١٩٩٠، ص(٢٢١ ـ ٢٢٢).

٢ ـ دونالد ماكلي، مصدر سابق ذكرة، ص ٢٢٢.

ب ـ تتضمن الأدلة والمعايير الدولية عادة مفاهيم عامة حول المبادئ المهنية وهذه المفاهيم قد لا تلبي رغبة وحاجة العديد من المدققين من حيث رغبتهم في الحصول على إرشادات وأدلة تفصيلية حول الإجراءات والممارسات التي يجب إتباعها.

جـ ـ تفويت الفرصة على المدققين والمحاسبين المحليين للعمل والمشاركة في لجان وضع هذه المعايير والأدلة على المستوى المحلي وكذلك فرصة تعزيز الكفاءات المهنية بالحوار البناء الذي يمكن أن ينشأ بين الأفراد المهنيين خارج نطاق الهيئة أو الجمعية المهنية المختصة.

د ــ المسألة اللغوية، وذلك أن هذه الأدلة والمعايير تصدر فقط باللغة الرسمية ــ وهي الإنجليزية ــ وهذا الأمر يكلف الجمعيات والهيئات المهنية في العديد من الدول تكاليف باهظة يدفعونها مقابل الترجمة.

**٧ ـ أعداد القوائم المالية وفقاً لمعايير المحاسبة الدولية :ـ**

تعد القوائم المالية أحد أهم مخرجات النظام المحاسبي، وتعود هذه الأهمية إلى أن المعلومات التي تتضمنها هذه القوائم ( أن يتم إعدادها حسب الأصول والمعايير المحاسبية ) تعكس صورة حقيقية عن أوضاع المنشأة من مختلف الجوانب وهذه المعلومات تستفيد منها مجمل الجهات والأشخاص ذوي العلاقة بالمنشأة سواء أكانوا مستثمرين أم مقرضين ( حاليين ومحتملين ) والمجتمع، وجهات حكومية ( مؤسسات ضريبية ) وإدارة.

وتتفاوت أهمية القوائم المالية تبعاً لطبيعة المعلومات التي تختص بالإفصاح عنها، وعبر تاريخ الممارسات والمفاهيم والمبادئ المحاسبية، تفاوتت أهمية هذه القوائم ففي الوقت الذي كانت فيه الميزانية تحتل مكانة بارزة بين القوائم الأخرى من حيث الأهمية منذ القرن السابع عشر حتى بدايات القرن العشرين، بإعتبار أنها تعبر وتعكس المركز المالي للشركة، القانونية التي كانت سائدة في ذلك الوقت، والتي كانت تعتقد أن الميزانية هي افضل ضمان لسداد الإلتزامات تجاه الاخرين، إلا أن وجهة النظر هذه تراجعت لصالح قائمة الدخل منذ تشكيل المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين ( AICBA )، وإزدياد دور المنظمات والإتحادات المهنية المحاسبية في تنظيم الممارسات المحاسبية تنظيراً وتطبيقاً. وقد أشارت لجنة الإجراءات المحاسبية ( CAB ) التابعة للمعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين ( AICBA ) أن من المهم جداً عرض صافي الدخل بشكل دقيق ومتوازن قدر الإمكان، دون زيادة أو نقصان في البيانات ومع الأهمية المتزايدة لقائمة الدخل، أخذ ينظر إلى الميزانية العمومية كصلة وصل بين قائمتي دخل متتاليتن. ومنذ ذلك الحين وحتى تأسيس مجلس معايير المحاسبة المالية ( FASB ) في عام ١٩٧٣، تم التعامل مع قائمة الدخل بإعتبارها الأكثر

أهميـة لأنهـا تقـدم معلومـات ذات علاقـة بتقيـيم أداء الإدارة وقـدرتها علـى توليـد الأربـاح، وهـو الضمان الأساسي لضمان سداد القروض وأعبائها[١].

وتغير هذا الحـال بجهـود مجلس معـايير المحاسبة الماليـة FASB الذي أعطـى درجـة أهميـة متساوية لمجمـوع القوائم الماليـة الأساسية الأربـع المتمثلـة فـي الميزانيـة وقائمـة الدخل وقائمة التدفقات النقدية وقائمة التغير في حقوق الملكية. ويجب أن تكون هذه القوائم مترابطـة ومتكاملة إذا أريد لها أن تؤدي دورها بالشكل الصحيح، ويأتي هذا الترابط كنتيجة لأنها تخضـع لعمليـة القيـاس نفسها، مثـل القيـاس وفـق التكلفـة التاريخيـة أو غيرهـا، ونتيجـة لتطبيـق القيـد المزدوج على عمليات المنشأة كافة، وهي متكاملـة أيضاً، بمعنـى مكملـة لبعضها بعضاً، فهي تعكس معلومـات متنوعـة ومختلفـة عـن المنشأة الإقتصادية والعمليـات الماليـة التـي تخصـها، وبالتـالي فـإن أيـة قائمـة ماليـة مـن هـذه القـوائم لا تـستطيع أن تعكـس صـورة واضـحة عـن حـال المنـشأة بمفردهـا، والمـستخدم يحتـاج لجميـع هـذه القـوائم لتـشكيل صـورة واضـحة عـن هـذه المنشأة[٢].

يبحث الأصل المحاسبي الدولي الثلاثون في الإفصاح الخـاص بالبيانـات الماليـة للبنـوك والمؤسسات المالية المشابهة،ويشجع هذا الأصـل المعنيين علـى إظهـار كافـة الإفصاحات علـى البيانـات الماليـة التـي تتنـاول الأمـور الإداريـة، والرقابـة والـضبط فيمـا يتعلـق بعامـل الـسيولة والمخاطر المصرفية.

ويعنـى مـصطلح (بنـك) وفـق هـذا الأصـل المحاسـبي : جميـع المؤسـسات الماليـة التـي تنحـصر أعمالهـا فـي قبـول الودائـع والحـصول علـى القـروض البنكيـة بهـدف تقـديم القـروض والـسلف وتعتبـر فـي نطـاق الأعمـال المـصرفية والأمـور القانونيـة المـشابهة، وإن هـذا الأصـل المحاسبي ـ بما يحتوية ـ له علاقة بمجيع المنشئات التي تمـارس الأعمـال سـابقة الـذكر بغض النظر هل تتضمن كلمة بنك في تسميتها أم لا[٣].

١ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، رسالة دكتوراة جامعة عمان العربية للدراسات العليا٢٠٠٦،ص(٤٧-٤٨).

٢ ـ عباس الشيرازي،نظرية المحاسبة،١٩٩٠،دار السلاسل،الكويت،ص(٢٣٠).

٣ ـ المجمع العربـي للمحاسـبين القـانونيين، الأصـول الدوليـة للمحاسـبة الـصادرة عـن لجنـة الأصـول الدوليـة للمحاسـبة، عمـان منشورات المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، ١٩٩٢، ص٢١٧.

أهمية وضع معيار خاص للبنوك :ـ

وجدت لجنة معايير المحاسبة الدولية أن من الضروري أن يكون للبنوك والمؤسسات المالية معيار خاص بها لعدة أسباب، منها [١] :ـ

أ ـ تشكل البنوك، وفي مختلف أرجاء العالم، عاملاً هاماً في إزدهار الأعمال، وتتمتع البنوك بتأثيرها الهام والواضح في هذا المجال.

ب ـ يتعامل مع هذه البنوك فئة كبيرة من الناس سواء مودعيين أو مستقرضين.

جـ ـ دور البنوك في المحافظة على الثقة في النظام المصرفي بالعلاقة الوثيقة مع الهيئات المشرعة والحكومة، بتقيدها بالتشريعات والأنظمة المفروضة عليها.

د ـ إختلاف طبيعة ممارسة أعمال البنوك وطريقة أعداد حساباتها وتقاريرها عن تلك المتبعة في المؤسسات والمنشئات الأخرى.

هـ ـ حاجة مستخدمي البيانات المالية الخاصة بالبنوك إلى معلومات معتمدة وموثوقة، وقابلة للمقارنة بحيث تساعدهم في تقييم المركز المالي، والأعمال والإنجازات التي أنجزها البنك.

وتتكون متطلبات المعيار المحاسبي الدولي الثلاثين مما يلي [٢] :ـ

**١ ـ بيان الدخل :ـ**

أ ـ يجب على البنك أن يعد بياناً للدخل تصنف فيه بنود الدخل والمصروفات وفقاً لطبيعتها، وأن يفصح في الوقت ذاته عن أنواع الدخل والمصروفات الرئيسية.

ب ـ إضافة لمتطلبات معايير المحاسبة الدولية الأخرى، يجب أن تتضمن الإفصاحات في بيان الدخل أو الإيضاحات حول البيانات المالية بنود الدخل والمصروفات التالية وذلك كحد أدنى :ـ

ـ ايراد الفرائد وبنود الدخل المماثلة .
ـ مصروف الفوائد والأعباء المماثل الأخرى.
ـ الدخل من توزيعات الأرباح.
ـ الدخل من الأتعاب والعمولات المقبوضة.
ـ مصروفات الأتعاب والعمولات المدفوعة.
ـ مكاسب الأوراق المالية المتداولة مطروحاً منها الخسائر.

---

١ ـ المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، الأصول الدولية للمحاسبة الصادرة عن لجنة الأصول الدولية للمحاسبة، مصدر سابق ذكرة، ص٢١٨.

٢ ـ وائل حسن أبو عواد، مدى الإنسجام بين مدقق الحسابات الخارجي والمستثمر المؤسسي في تقييم متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم(٣٠)، مصدر سابق ذكرة، ص(٣٧ ـ٣٩).

ــ مكاسب الإستثمارت في الأوراق المالية مطروحاً منها الخسائر.

ــ مكاسب التعامل بالعملات الأجنبية مطروحاً منها الخسائر.

ــ البنود الأخرى للدخل التشغيلي.

ــ مصروفات القروض والسلف.

ــ مصروفات الإدارة العامة.

ــ مصروفات التشغيل الأخرى.

ج ــ لا يجوز إجراء مقاصة بين الدخل وبنود المصروفات وذلك فيما عدا تلك المتعلقة بالتحوط بالموجودات والمطلوبات التي تتم المقاصة فيما بينها.

**٢ ـ الميزانية العامة :ـ**

أ ــ يجب على البنك أعداد ميزانية عامة تصنف بموجبها الموجودات والمطلوبات حسب طبيعتها، على أن تدرج تلك الموجودات والمطلوبات فيها لسيولتها النسبية.

ب ــ إضافة لمتطلبات معايير المحاسبة الدولية الأخرى، يجب أن تتضمن الإفصاح في الميزانية العامة أو الإيضاحات حول البيانات المالية على بنود الموجودات والمطلوبات التالية كحد أدنى : ــ

الموجودات :ــ

ــ النقد والأرصدة لدى البنك المركزي.

ــ أذونات الخزينة والأذونات الأخرى القابلة للخصم لدى البنك المركزي.

ــ الأوراق المالية الحكومية والأوراق الأخرى والقروض والسلفيات الممنوحة لتلك البنوك.

ــ الأموال والودائع الأخرى الموظفة في أسواق النقد.

ــ القروض والسلف الممنوحة للعملاء.

ــ الإستثمارات في الأوراق المالية.

المطلوبات :ــ

ــ الودائع من البنوك الأخرى.

ــ الودائع الأخرى من أسواق النقد.

ــ المبالغ المطلوبة إلى مودعين آخرين.

ــ شهادات الإيداع.

ــ أوراق الدفع والمطلوبات الأخرى الموثقة بمستندات.

ــ الأموال المقترضة الأخرى.

جـ ـ يجب عدم تخفيض القيمة المدرجة لأي أصل أو مطلوب في الميزانية العامة عن طريق تقاص أي مطلوب أو أصل آخر منها، وذلك ما لم يكن هناك حق قانوني لإجراء مثل هذا التقاص وطالما أن ذلك يمثل توقعاً لتحقق أصل أو لتسدد مطلوب.

د ـ يجب على البنك أن يفصح عن القيمة السوقية للأوراق المالية التي يمتلكها بقصد التداول وكذلك عن قيمة الإستثمارات في الأوراق المالية، وذلك إذا كانت تلك القيم تختلف عن القيم المدرجة بها في البيانات المالية.

## أساليب المحاسبة الإبداعية

سيتم لاحقاً شرح تفصيلي لمختلف الأساليب والطرق المستخدمة للتلاعب بالحسابات في إطار تقنيات المحاسبة الإبداعية، والتي سيتم تصنيفها إلى سبع طرق، وكل طريقة تتضمن عدة أساليب :ـ

**الطريقــــة الأولى :ـ**

**تسجيل الدخل بشكل سريع فيما عملية البيع لاتزال موضع شك[١] .**

حسب الأصول المتبعة، فإن تسجيل الدخل يتم بعد إكتمال عملية تبادل المنفعة، وفي هذه الطريقة يتم الإعتراف محاسبياً ودفترياً بالدخل المترتب على عملية البيع، قبل أن تكتمل العملية ذاتها على أرض الواقع وقبل إكتمال عملية تبادل المنفعة وضمن هذه الطريقة هناك ستة أساليب سيتم شرحها على الشكل الآتي :ـ

**أ ـ الأسلوب الأول :ـ**

**تسجيل الإيرادات والإعتراف بها في حين أن الخدمات المترتبة على عملية البيع لم يتم تقديمها بعد، بل سيتم تقديمها في المستقبل.**

إن تغيير أساليب الإعتراف بالدخل دفترياً في الوقت الذي لم يتم فيه تقديم الخدمة للزبون ( إستبدال المنافع ) من شأنه أن يخفي مشكلات توجهها الإدارة في بعض الفترات المالية، ولتوضيح ذلك فإن شركة ( TSAI )الأمريكية التي تقوم عادة بإستخدام أساليب محافظة للإعتراف بالدخل دفترياً، إذ انها لا تعترف به إلا بعد إستكمال عملية تبادل المنفعة ( الدخل مقابل الخدمة ) واعتادت الشركة أن تفصح في قوائمها المالية عن إستخدام هذه الأساليب في الربع الأخير من عام ( ١٩٩٨ ) ولم ترغب إدارة الشركة في ذلك الوقت الإعلان عن ذلك، ورغبت بإخفائه عن المستثمرين للعديد من السباب أهمها : عدم التأثير على أسعار أسهمها، فقامت الإدارة بتسجيل جميع طلبات العملاء على شكل ايرادات دفترية وبشكل فوري وإعترفت بها قبل إستكمال عمليات تبادل المنافع وفي الوقت ذاته لم تقم بالإفصاح عن تغيير أسلوب الإعتراف بالدخل، الأمر الذي أدى إلى عدم معرفة المستثمرين بمشكلة تراجع المبيعات خلال الفترة الزمنية المذكورة، ولأن إدارة الشركة لا تستطيع الإعتراف وتسجيل

1 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, 2nd edition, Mc Grow- Hill,(2002), p (63).

الإيرادات مرتين، فإن المستثمرين إكتشفوا لك في نهاية عام ( ١٩٩٩ )، عندما إنخفضت الإيرادات بمقدار ( ٢٠% )، ومع بداية عام ( ٢٠٠٠ )، أنهار سعر سهم الشركة[1].

**ب الأسلوب الثاني :ـ**

**تسجيل الإيرادات والإعتراف بها قبل شحن البضاعة، وقبل الموافقة النهائية من قبل الزبون على الشراء.**

جرت العادة محاسبياً أن يتم إغلاق عملية البيع بعد شحن البضاعة وتسليمها للزبون وضمان عدم إرجاعها لأي سبب كان، إذ أن هناك بعض السلع خاصة الملموسة تسمح قوانين السوق بإعادتها خلال فترة زمنية محددة، إذ كانت تنطبق عليها الشروط المتفق عليها، وعادة لا يتم الإعتراف بالإيراد خلال فترة زمنية محددة دون عملية البيع نفسها التي نشأ عنها الإيراد.

ولتوضيح ذلك، فإن شركة ( LHSP ) البلجيكية، والتي تعمل في مجال البرمجيات إرتفعت مبيعاتها عام ١٩٩٨ ( من ٩٩,٤ مليون دولار إلى ٢١١,٦ مليون دولار)أي بنسبة( ١١,٣ % )، وهذا معدل نمو كبير جداً في المبيعات بمعايير قطاع البرمجيات، إلا أن الحسابات المدينة التي لم يصدر فيها فواتير قد قفزت خلال العام نفسة بنسبة ( ٢٢٠ % ) إذ تم تضخيم قيمة الإيرادات من خلال الإعتراف وتسجيل إيرادات قبل شحنها إلى الزبائن، وعندما تم تدقيق القوائم المالية ظهرت عمليات خداع محاسبية مارستها إدارة الشركة، في هذا الجانب وكانت هذه الأدلة مرتبطة بإستخدام أساليب محاسبة نفعية[2].

**ج ـ الأسلوب الثالث : ـ**

**تسجيل الإيرادات على الرغم من أن الزبون لم يلتزم بالدفع.**

إن المتطلب الرئيس للإعتراف بالإيراد يتمثل في إنتقال العبء المالي من البائع إلى الزبون، والمشكلة تظهر عندما يقوم البائع بتمويل الزبون، من خلال تمديد شروط الدفع، إضافة إلى وجود زبائن غير قادرين على الدفع.

وتستخدم بعض الشركات هذا الأسلوب بهدف زيادة إيراداتها للسنة الجارية من خلال لجوئها إلى إقراض الزبائن بهدف شراء منتجاتها، وكذلك تمديد عمليات سداد أثمان البضاعة المباعة لفترات زمنية طويلة. ومثال ذلك قيام شركة ( شيكاغو ) الأمريكية عام ( ١٩٩٥ )

---

1 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (65).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (71).
3 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, (2002), p (73).

بتقديم عرض لزبائنها بهدف شراء منتجها الجديد على أن يتم دفع ثمنه بعد ( ١٤ ) شهراً، وبذلك قامت هذه الشركة، بزيادة إيراداتها للسنة المالية ( ١٩٩٥ )، من خلال الإعتراف محاسبياً بإيرادات مبيعات سيتم تحصيل إيراداتها خلال ( ١٤ ) شهراً قادمة، دون أن يكون لديها أي تأكيد بأن الزبائن سيقومون بعملية الدفع أم لا[١] .

**د ـ الأسلوب الرابع :ـ**

**البيع لجهة قريبة هي ضمن مجموعة المنشأة أو من شركائها الإستراتيجيين.**

تقوم بعض الشركات، بهدف زيادة ايراداتها لفترة مالية جارية محددة، ببيع بضاعة إلى شركات ترتبط بعلاقات شراكة إستراتيجية أو جزء من مجموعتها، وينطبق هذا الأسلوب على الشركات التي تقوم بتنفيذ عمليات بيع مقابل عمليات شراء من الشركة نفسها.

ومن أمثلة ذلك ما قامت به شركة ( SBTK ) الأمريكية، التي تعمل في مجال بيع تجهيزات طبية، ولدى هذه الشركة العديد من الشركات الإستراتيجية مع العديد من الشركات الأخرى، وقد التزمت هذه الشركة بدفع ما قيمته ( ٧ ) مليون دولار خلال ( ١٥ ) سنة، مقابل إستخدام رخصة تقنية شريكها وضم برمجيات شريكها في منتجاتها، في هذه الحالة فإن شركة ( SBTK ) أنتجت إيرادات من خلال بيع منتجاتها لطرف ثالث، مقابل ذلك قامت الشركة بتزويد الطرف الثالث بقروض، تم تسجيلها في دفاترها بإعتبارها ذمماً مدينة ، كذلك قامت بترخيص إستخدام هذه البرمجيات لبعض شركائها الآخرين وتم الإعتراف بها كإيرادات ترخيص في سجلاتها المحاسبية[٢] .

**هـ ـ الأسلوب الخامس :ـ**

**إعطاء الزبون جزءاً من القيمة على شكل مقايضة.**

تستخدم بعض الشركات التي ترغب بزيادة إيراداتها خلال سنة مالية محددة، هذا الأسلوب من خلال تسليم المشتري سلعاً إضافية من البائع كجزء من القيمة إضافة للبضاعة، وتكون هذه القيمة مضاعفة على شكل جزء من أسهم الشركة أو كفالات أو ضمانات أو المشاركة في إستثمار معين متفق عليه كشرط لإتمام عملية البيع[٣] .

---

1 - Mulford, Comisky, The Financial Numbers Gambers, Opcit, p (73).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (79).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (81).

ومثال ذلك ما قامت به شركة ( BVSN ) الأمريكية عام ( ١٩٨٨ ) وهي تعمل في مجال الأعلام إذ قامت بزيادة مبيعاتها وبالتالي إيراداتها من خلال منح إمتيازات خاصة للمستثمرين، تتمثل في دفع جزء من الضرائب المترتبة على عائدات منتجها للجهات الرسمية نيابة عنهم.

**و ـ الأسلوب السادس :ـ**

**تجمع الإيرادات.**

حيث تقوم بعض الشركات بزيادة إيراداتها من خلال تسجيل قيم إضافية زيادة على القيمة الفعلية، وذلك بوساطة الإتفاق مع شركات أخرى تقدم سلعاً أو خدمات مكملة، إذ يتم تجميع أثمان السلع والخدمات مع بعضها بعضاً، ومن ثم يتم الفصل بينهما لصالح الشركتين وفي حالة رغبة إحدى الشركتين وبخاصة التي تقوم بعملية التحصيل بزيادة إيراداتها ، فإنها تقوم بتسجيل كامل الإيرادات لسنة مالية معينة لحسابها.

ويستخدم هذا النوع من الممارسات بشكل كبير في شركات السياحة، عندما تقدم مجموعة خدمات متكاملة تقدمها جهات متعددة، (تذاكر طيران، والفنادق، والمطاعم ... الخ )[1].

**<u>الطريقـــــة الثانية</u> :ـ**

**تسجيل دخل مزيف Recording Bogus Revenue.**

تتمثل هذه الطرقة في تسجيل إيرادات وهمية أو مزيفة، ويندرج تحت هذه الطريقة خمسة أساليب تتمثل في الآتي :ـ

**أ ـ الأسلوب الأول :ـ**

**تسجيل مبيعات ليست لها قيمة إقتصادية.**

تعتبر هذا الأسلوب من أكثر الأساليب إستخداماً عندما ترغب منشأة الأعمال في زيادة إيراداتها بأساليب ملتوية،ويتمثل ذلك في إعداد جدول لمبيعات منتج معين لأحد الزبائن، يكون فيه الزبون غير ملتزم حتى تلك اللحظة بشراء السلع أو دفع ثمنها. كذلك تقوم بعض المنشئات لتحقيق الهدف ذاته بعقد إتفاقيه جانبية مع شركات ( زبائن ) لتزويدهم بمنتجات معينة خلال فترات زمنية محددة، دون الإتفاق على تفاصيل تسليمها ودفع قيمتها، بمعنى أن الزبون لم يلتزم بعد بالشراء، وبالتالي لم تنفذ عملية البيع، ويلتقي هذا الأسلوب مع بعض إساليب الطريقة الأولى التي سبق شرحها، وأبرز مثال على ذلك ماقامت به شركة ( Informix ) في الربع

1 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (83).

الأخير من عام ١٩٩٥، وهي شركة تعمل في مجال البرمجيات، بتعويض تراجع مبيعاتها في الربع الثالث من العام نفسة، فأرادت أن تحصل على أي وعود وإلتزامات بالشراء، فقامت بتقديم عرض مغر لشركة ( IFMX ) والتي تعمل في بيع قطع الحاسوب، تضمن التزام الشركة الأخيرة بشراء ماقيمته (٢,٥) مليون دولار من برمجياتها مقابل التزام جانبي من طرف شركة ( Informix ) علي شراء ماقيمته (٢) مليون دولار من قطع الحاسوب، وهذه الإلتزامات لم ترتب على شركة ( IFMX ) أي التزام بتنفيذ عملية الشراء ودفع قيمتها، إنما مجرد التزام جانبي فقط [١].

**ب ـ الأسلوب الثاني : ـ**

**تسجيل النقد المستلم من عمليات الإقتراض بإعتبارة إيرادات.**

من المعروف ان النقد المستلم من البنوك التي يتم التعامل معها على شكل إقتراض يختلف عن النقد المستلم نتيجة عمليات بيع البضاعة أو الخدمة، حيث ان النوع الأول يسجل في بند الإلتزامات Liabilities، وعلى المنشأة إعادة تسديده، بينما النقد المستلم نتيجة عمليات البيع فيتم التعامل معه بإعتباره ايرادات، وأبرز مثال عن التلاعب بالحسابات المالية في إطار هذا الأسلوب، ما قامت به شركة ( Xerox )، إذ أشارت بعض الصحف الأمريكية عام ( ٢٠٠١ )، أن هذه الشركة مارست العديد من الخدع المالية للتلاعب في بياناتها المالية عندما قامت بتسجيل النقد الناتج عن عمليات بيع حقوق مدينة مستقبلية بإعتباره ايراداً، وذلك لزيادة إيراداتها في العديد من السنوات[٢].

**ج ـ الأسلوب الثالث :ـ**

**تسجيل الدخل الاستثماري باعتباره ايرادات.**

إن أي دخل ناتج عن بيع موجودات أو أية عمليات إستثمارية أخرى، لا يتم التعامل معه بإعتباره ايرادات، إلا أن بعض الشركات التي ترغب في زيادة إيراداتها خلال سنة مالية معينة تقوم بتسجيله كإيرادات. ومثال ذلك، ما قامت به شركة الإنتاج السينمائي (Cineplexodeon) عام (١٩٨٩)، إذ قامت ببيع حصتها في إحدى شركات الإنتاج

1 - Mulford, Comisky, The Financial Numbers Gambers, Opcit, p (196).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (91).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (84).

السينمائية الأخرى بقيمة(١٤,٥) مليون دولار، وقامت بتسجيله محاسبياً في بند الإيرادات بهدف زيادة إيراداتها في ذلك العام [1] .

**د ـ الأسلوب الرابع :ـ**

**تسجيل العائدات الناشئة عن رديات المشتريات بإعتبارها ايرادات.**

في بعض الحالات، تقوم بعض الشركات بتسجيل العائدات الناجمة عن رديات المشتريات بإعتبارها ايرادات، وذلك بهدف زيادة ايراداتها في سنة مالية معينة، ومن المتعارف عليه أن رديات المشتريات تسجل في قيود خاصة، ومثال ذلك ما قامت به شركة (SEC) الأمريكية عام (١٩٩٧)، عندما ردت بضاعة إلى مصادرها بقيمة (٤,٧) مليون دولار وقامت بتسجيل قيمة المردودات على شكل ايرادات، بينما يجب أن تسجل بإعتبارها مردودات مشتريات، وذلك بهدف زيادة ايراداتها في ذلك العام[2].

**هـ ـ الأسلوب الخامس :ـ**

**الإقرار بإيرادات غير حقيقية قبل عملية إندماج الشركات .**

تقوم العديد من الشركات بزيادة إيراداتها خلال عمليات إندماج الشركات مع بعضها بعضاً، من خلال توفير فرص للتلاعب بإيرادات وتضخيمها أثناء عملية إندماجها، خاصة عندما تكون السنوات المالية للشركات المندمجة مختلفة، إذ ترغب كل شركة بزيادة حصتها من الإيرادات قبل عملية الدمج. ومثال ذلك ما تم إثناء عملية إندماج شركتي ( 3 Com ) و ( US-Robotics ) بتضخيم قيمة الإيرادات التي تمتلكها بإستخدام العديد من الطرق المتبعة في هذه الحالات، وذلك لزيادة حصتها من الشركة المندمجة الجديدة[3].

**<u>الطريقـــــة الثالثة</u> :ـ**

**زيادة الإيرادات من خلال عائد لمرة واحدة.**

تتمثل هذه الطريقة في قيام إدارة شركة ما بزيادة ايراداتها خلال فترة مالية محددة من خلال زيادتها لمرة واحدة. وتتم ممارسة هذا النوع من التلاعب من خلال إستخدام أربعة أساليب يمكن لإدارة الشركة القيام بها، وهي تعتبر من أساليب التلاعب الشائعة، إذ تعطي هذه

---

1 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (169).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (95).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (97-98).

الممارسات صورة إيجابية عن إدارة الشركة من خلال زيادة إيراداتها وأرباحها، إلى أنه ناجم عن عمليات غير جوهرية وغير تشغيلية[1].

وفيما يلي عرض للأساليب الأربعة المستخدمة في إطار هذه الطرقة :ـ

**أ ـ الأسلوب الأول :ـ**

**زيادة الأرباح من خلال بيع الأصول Assets بسعر عال يكون مسجلاً لديها بسعر منخفض.**

ويستخدم هذا الأسلوب عادة من قبل إدارات بعض الشركات لزيادة ايراداتها وبالتالي زيادة أرباحها لفترة زمنية محددة، ويستند هذا الأسلوب إلى ان هناك بعض الأصول مثل العقارات والأراضي والأسهم وغيرها يكون سعرها مرتفعاً مقارنة مع سعر الشراء، فتلجأ لبيعه بشكل مفاجئ للتغطية على ضعف ايراداتها خلال تلك الفترة.

وخير مثال عن ممارسة هذا الأسلوب ما قامت به شركة جنرال الكترك( General Electric) عندما قامت هذه الشركة بدمج شركة أخرى ( Utah International ) عام ١٩٧٦، ونتج عن عملية الدمج هذه أن توفر لدى شركة ( جنرال إلكترك ) اسهماً بما قيمته (٥٤٧,٨) مليون دولار، وبعد سنوات قليلة، إرتفعت قيمتها إلى (١,٤) مليار دولار، فقامت الشركة ببيعها بهدف إجراء زيادة كبيرة في ايراداتها لتلك الفترة[2].

**ب ـ الأسلوب الثاني :ـ**

**تضمين عائدات الإستثمارات واعتبارها إيرادات.**

أشارت معايير المحاسبة الدولية إلى ضرورة فصل عائدات الإستثمارت عن العائدات التشغيلية في قائمة التدفقات النقدية. إلا أن بعض الشركات التي تكون فيها عائداتها التشغيلية في سنة معينة منخفضة، تقوم بخلط هذه العائدات التشغيلية مع العائدات الناجمة عن عملياتها الإستثمارية وغير التشغيلية، مثل العائدات التاجمة عن الأسهم والسندات وغيرها، وذلك للتغطية على ضعف أدائها التشغيلي. ومثال ذلك ما قامت به إحدى الشركات العاملة ضمن "بوسطن تشكن" ( Boston Chicken )، وهي سلسلة مطاعم تقدم خدمات الطعام السريعة، إذ قامت بإخفاء تراجع أدائها التشغيلي عام(١٩٩٦)، والتي كانت تمتلكها[3].

---

1 - Howard Schilit, Financial Shenanigans Opcit, p (92).
2 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (171).

**ج ـ الأسلوب الثالث :ـ**

**تسجيل عائدات الإستثمار ومكاسبها، بإعتبارها تخفيضاً للمصاريف التشغيلية.**

هناك حالات تجد فيها إدارة الشركة (أي شركة) نفسها بحاجة لتخفيض مصاريفها التشغيلية، فتلجأ إلى إخفاء هذه المصاريف بوساطة عائدات الإستثمار ومكاسبه وهي (ايرادات غير تشغيلية) بإعتبارها تخفيضاً لهذا النوع من المصاريف. وهذه إحدى أساليب التلاعب بالحسابات التي يتم من خلالها زيادة الإيرادات التشغيلية، بوساطة تخفيض المصاريف التشغيلية. ومثال ذلك ما قامت به شركة ( أي بي م ) ( IBM ) عندما لم تقم بعملية فصل ماقيمته (٣,٧) مليار دولار، كسبتها من عملية بيع جزءً من أعمالها إلى شركة ( AT&T ) العاملة في مجال الإتصالات عام (١٩٩٩) وإضافتها إلى بند المصروفات التشغيلية لذلك ظهرت على شكل تخفيض في المصاريف الإدارية والعمومية ( التشغيلية )[1].

**د ـ الأسلوب الرابع :ـ**

**إبتداع دخل من خلال إعادة تصنيف حسابات الميزانية.**

تجد بعض الشركات نفسها بحاجة إلى زيادة عائدات إستثمارات محددة دون غيرها، وبخاصة إذا كانت هناك عمليات تقدير لإستثمار ما أو نشاط معين، مثل التخفيض الضريبي أو غيره، لذلك تلجأ إلى إعادة تصنيف بعض الحسابات في الميزانية بطريقة تمكنها من تسجيل دخل لنوع محدد من الإستثمارات والأعمال، مستفيدة من التعديلات التي أجراها مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكية ( FASB )[2].

**<u>الطريقـــــة الرابعة</u> :ـ**

إن هذا النوع من التلاعب ذو علاقة بحسابات الموجودات حيث من المعروف أن المصاريف المترتبة على تنفيذ الأعمال تنقسم إلى قسمين: الأول يؤدي إلى تحقيق منافع قصيرة الأجل مثل الإيجارات والرواتب والإعلانات وهذا النوع من المصاريف يتم حسمة مباشرة من الإيرادات، أما النوع الثاني، والذي يؤدي إلى منافع بعيدة الأجل، مثل المباني والآلات، فيتم التعامل معها كأصول ويتم حسم إهتلاكها على مدى طويل الأجل، في الوقت الذي تكون الفائدة

1 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (175).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (110).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (113).

منها قد تحققت فعلياً، وفي بعض الأحيان فأن بعض بنود هذه الأصول تصبح وبشكل مفاجئ عديمة المنفعة، وبالتالي يتم تسجيلة كمصاريف تخصم مباشرة من الدخل[١].

ولمعالجة هذه الحالات في إطار هذه الطريقة، هناك خمسة أساليب فيما يلي :ـ

**أ ـ الأسلوب الأول :ـ**

**رسملة التكاليف التشغيلية وبخاصة تلك الناجمة عن تغيرات جديدة في المصاريف.**

ويتضمن هذا الأسلوب إضافة لعملية رسملة التكاليف التشغيلية العادية، نقل التكاليف (المصروفات) لفترات مالية مستقبلية، حيث تجد بعض الشركات نفسها بحاجة لإخفاء مصاريف عالية ناجمة عن إهتلاك أصل من الأصول، أو حملة إعلانية ضخمة، فتقوم برسملة هذه المصاروفات. وخير مثال على ذلك ما قامت به شركة ( America On Line ) التي تعمل في مجال الإنترنت، عندما قامت برسملة مصروفات التسويق على ثلاث سنوات إنتهت في شهر حزيران من عام (١٩٩٦)، بدلاً من القيام بخصمها مباشرةً من الدخل في حينه، أي عام (١٩٩٣)[٢] .

**ب ـ الأسلوب الثاني :ـ**

**تغيير السياسات المحاسبية ونقل النفقات الجارية إلى فترات مالية سابقة.**

يمكن هذا الأسلوب الإدارة من معالجة مشكلات النفقات الجارية من خلال إخفائها كلياً بترحيلها إلى فترات مالية سابقة، وخير مثال على ذلك ماقامت به شركة ( SNAP ) الأمريكية في عام (١٩٩٤) التي تتعامل مع المشروبات بمختلف أنواعها. إذ قامت بترحيل نفقات التسويق المترتبة على فترة مالية حالية إلى فترة مالية سابقة على أمل أن تعيد ترحيلها إلى سنوات قادمة ظروفها المالية أفضل. وفي عام (١٩٩٤) إكتشفت الشركة أن عملية نقل وترحيل النفقات التسويقية من الفترة المالية الحالية إلى فترات مالية مستقبلية يخلق لها مشكلات مالية ومحاسبية، لذلك قامت وقبل ثلاثة أسابيع من إنتهاء الربع الثاني من عام (١٩٩٤)، بإعلان عن تغيير في سياستها المحاسبية المتعلقة بمصاريف الإعلان، حيث قامت بتحميل مصاريف الحملة الإعلانية التي نفذتها في الربع الثاني والتي ستنفذها في الربع الثالث والبالغة (١,٤) مليون دولار إلى الربع الأول من ذلك العام[٣].

---

1 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (190).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (123).
3 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (195).

**ج ـ الأسلوب الثالث :ـ**

**إحتساب الإهتلاك بشكل بطيء**

من المعروف أن مصاريف إهتلاك الموجودات يتم خصمها على فترات مالية يتم تحديدها وفقاً لطبيعة كل أصل والطريقة التي تجدها الإدارة مناسبة. إن هذا الأسلوب يمكن المديرين من إبقاء هذه الأصول لأطول فترة ممكنة، وبالتالي زيادة قيمة الأصول المسجلة في الميزانية، ويقلل من المصاريف المترتبة على الشركة لكل فترة مالية، وبالتالي يزيد من أرباحها، وفي الوقت ذاته الذي لا تفصح فيه الشركات عن تغيير سياسات إحتساب الإهتلاك.

وهناك العديد من الشركات التي إستخدمت هذا الأسلوب منها شركة ( Cineplex Odeon) التي تعمل في مجال الإنتاج السينمائي، وشركة ( General Moters )[١].

**د ـ الأسلوب الرابع :ـ**

**الإخفاق في تسجيل أو شطب الأصول التالفة**

من المتعارف عليه، أنه وعند تلف أي من الأصول المعمرة، على الإدارة أن تقوم بتسجيل ذلك بشكل فوري، وليس بشكل تدريجي، إلا أنه ولغايات إدارية بحته تقوم بعض الشركات بإستخدام هذا الأسلوب، وبخاصة عندما لا تتناسب قيمة الأصل التالف مع قيمته الحقيقية، لأن الإعتراف بالتلف وتسجيلة يؤدي إلى ظهور خسائر غير حقيقتها لذلك تبقيه الإدارة كأصل، الأمر الذي يؤدي إلى تراكمة مع الزمن وتصبح قيمة الأصول غير حقيقية، ومن شأن تراكم هذه الأصول الوهمية خلق مصاعب للشركة يمكن أن يؤدي إلى إنهيارها.

ففي عام (١٩٧٠) قررت شركة ( Lockhoed ) الإختيار بين قرارين إما رسملة التكاليف المتعلقة بتطوير طائرة ( Tristar L- 1011 )، أو شطب هذه التكاليف، إن الطريقة المحاسبية المستخدمة في الشركة كانت طريقة البرنامج Program Method، بحيث أن كل طائرة في البرنامج مخصص لها معدل تكالبف محدد ومحسوب من تكالبف الإنتاج الحقيقية، لذلك فإن أية تكاليف تزيد عن المعدل المقدر في البرنامج، يتم تأجيلها، وقامت الشركة بتأجيل شطب تكاليف التطوير الإستثنائية لمدة (٥) سنوات، وخلال فترة التأجيل إنخفضت قيمة الأصول الحقيقية، ووصلت إلى ما يقارب (٥٠٠) مليون دولار، الأمر الذي لم تتمكن من الإستمرار به عام (١٩٧٥)، وإضطرت لشطب الفارق، وأدى ذلك إلى إنهيار قيمة إسهمها في البورصة وإنهيارها عام (١٩٧٥)[٢].

---

1 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (130-132).

**هـ ـ الأسلوب الخامس**

**تخفيض مخصصات الأصول**

من المعروف أن على الشركات القيام بتعديل قيم بعض أصولها لتعكس قيمتها الحقيقية، لذلك تقوم الشركات ببناء مخصصات متنوعة، بحيث يتم تعديلها في فترة مالية، مثل حسابات ( مخصصات تلف المخزون، ومخصصات الإهتلاك ومخصصات الديون المشكوك فيها ...... الخ ).

ووفق هذا الأسلوب تقوم بعض الشركات بزيادة أرباحها من خلال الإستمرار بتخفيض هذه المخصصات بشكل مستمر بشكل لا يتناسب والقيمة الحقيقية لهذه الأصول.

وأبرز مثال على ذلك، ما قامت به شركة ( Lucent ) الأمريكية عام (١٩٩٩)، عندما خفضت مخصصات الديون المشكوك فيها، بقيمة (١١%) بهدف زيادة الأرباح مما أدى إلى تعرضها لخسائر ذات علاقة بديون كبيرة لم يتم تحصيلها[1].

**<u>الطريقـــــة الخامسة</u> :ـ**

**الإخفاق في تسجيل أو تخفيض غير ملائم للإلتزامات**

تقوم إدارة بعض الشركات في بعض الأحيان لغايات خاصة بها مثل إرتباط الإلتزامات بشؤون قضائية، أو الإلتزامات بالشراء بالإفصاح المتحفظ عن التغيرات التي تحدث في حسابات الإلتزامات Liabilities، ولإجراء ذلك تستخدم عدد من الأساليب تتمثل في الآتي[2]:ـ

**أ ـ الأسلوب الأول :ـ**

**الإخفاق في تسجيل المصروفات وبعض الإلتزامات عندما تكون هناك التزامات على الشركة**

يستخدم هذا الأسلوب عادة لزيادة الدخل، إذ أن عدم تسجيل المصروفات والإلتزامات يؤدي بالضرورة إلى زيادة الدخل،وأبرز مثال على ذلك ما قامت به شركة ( Rent way )، عندما توقفت دائرة المحاسبة فيها عن ترحيل حسابات الإلتزامات والمصروفات الخاصة بأعمال الشركة قبل ثلاثة أسابيع من إنتهاء السنة المالية (١٩٩٩). وخلال هذه الفترة خفضت الشركة المصروفات بمقدار (٢٨,٣) مليون دولار، وفي نهاية السنة المالية التالية (٢٠٠٠) خفضت ما مجموعة (٩٩) مليون دولار في نهاية شهر تشرين الأول، وقد أفصحت الشركة

1 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (201).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (137).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (138).

عن مصروفات إضافية نتيجة عدم تسجيلها في حينها خلال السنتين الماضيتين، الأمر الذي أدى إلى إنخفاض سعر سهمها بمقدار (٧٢%)[1].

**ب ـ الأسلوب الثاني :ـ**

**تخفيض الإلتزامات من خلال تغيير الإفتراضات المحاسبية Accounting Assumptions وسياسات تقدير بعض الحسابات.**

ويستخدم هذا الأسلوب من قبل بعض الشركات، عاكساً المرونة في إختيار السياسات المحاسبية، وبخاصة تلك المتعلقة بمنافع التقاعد وتعويضات نهاية الخدمة الخاصة بالموظفين، في حين يؤدي هذا التغيير إلى تخفيض الإلتزامات والمصاريف وسياسات التأجير وتقدير الحسابات، وخير مثال ما قامت به شركة ( Continental Airlines ) والتي تعمل في مجال الطيران حيث قامت بتغيير أساليب تقديرها للدخل غير المكتسب Uneamed Income المسمى التزامات خطوط طيران،وهذا الحساب يمثل قيمة مبيعات التذاكر لعمليات النقل والشحن غير المستخدمة، حيث أدى تغيير سياسة تقدير هذا الحساب إلى زيادة الإيرادات بقمية (٧٥) مليون دولار خلال سنة ١٩٩٣.[2]

**ج ـ الأسلوب الثالثة :ـ**

**تحرير إدخارات وتحويلها إلى دخل.**

عادة ما تقوم الشركات بتأسيس حسابات إدخارية لأغراض التطوير والتحديث وغيرها من الأهداف، الأمر الذي يمكن هذه الشركات في أوقات محددة، من إستخدامها لزيادة الدخل، من خلال تحرير هذه الإدخارات وتحويلها إلى دخل. ومثال ذلك ما قامت به شركة ( Sunbeam )، التي تمتلك العديد من حسابات الإدخارات الخاصة بالتطوير وإعادة الهيكلة وغيرها، وعندما تراكمت هذه الحسابات قامت في الربع الأول من عام ١٩٩٦ بتحرير نصف مليون دولار و (٤,٥) مليون دولار في الربع الثاني و (١,٥) مليون دولار في الربع الثالث و (١,٥) مليون دولار في الربع الأخير من العام، وتم تحويلها جميعاً إلى حساب الإيرادات[3].

---

1 - Mulford, Comisky, The Financial Numbers Gambers, Opcit, p (205).
2 - Mulford, Comisky, The Financial Numbers Gambers, Opcit, p (208).

**د ـ الأسلوب الرابع :ـ**

**إختلاق حسومات وهمية Creating Sam Rebates.**

تلجأ بعض الشركات وبهدف تخفيض المصروفات وتضخيم الأرباح، إلى تسليم تنفيذ حسومات وهمية من قبل الموردين، وعادة ما يتم ذلك بالتعاون مع الموردين أنفسهم، ومثال ذلك ما قامت به شركة صن رايز ميدكل ( Sunrise Medical ) عام ١٩٩٤، عندما طلبت من أحد مورديها تسجيل حسم مقداره مليون دولار لصفقة شراء تم تنفيذها خلال عام مالي محدد سابقاً، ضمن إتفاق يتضمن زيادة أسعارصفقة أخرى في السنة المالية التي تليها لتعويض الحسم الوهمي المعطى من قبل المورد، وقد أثر تسجيل هذا الحسم في تخفيض المصروفات لذلك العام دون أن يلاحظ ذلك المستثمرون والمدققون[١].

**هـ ـ الأسلوب الخامس :ـ**

**تسجيل الإيراد عند تسليم النقد، مع بقاء الإلتزامات المستقبلية**

تقوم بعض الشركات في بعض الأحيان بتسليم النقد قبل تقديم الخدمات والسلع أو جزء منها، الأمر الذي يكمن الدوائر المحاسبية من تسجيل الدخل في دفاترها بشكل فوري، في حين لم تقدم بعد الإلتزامات المترتبة عليها من خدمات ومصروفات، وهذه الخدمات يمكن أن تمتد أكثر من عام، الأمر الذي يزيد الدخل في السنة التي سجلت فيها الحسابات. ومثال ذلك ما تقوم به بعض شركات الطيران، إذ عادة ما تقوم هذه الشركات بإحتساب نقاط على مجموع السفرات التي يقوم بها الأشخاص أو موظفي الشركات، وعندما يصل عدد النقاط إلى رقم محدد تمنح جوائز على شكل تذاكر مجانية، لذلك فإن بعض الإشخاص أو الشركات يقومون بدفع قيمة تذاكرهم في سنه مالية معينة، ليكتسبوا تذاكر السفر المجاني في السنة المالية التي تليها، الأمر الذي يرتب على شركات الطيران التزامات ومصاريف جديدة، في الوقت الذي تكون فيه تذاكر السفر المباعة غير مستخدمة[٢].

1 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (207).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (140).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (153).

**<u>الطريقـــــة السادسة :ـ</u>**

**نقل الإيرادات الجارية إلى فترة مالية لاحقة.**

تهدف هذه الطريقة إلى تخفيض الأرباح الجارية ( الحالية ) ونقلها إلى فترة مالية لاحقة تكون الحاجة لها أكثر الحاحية، وعادةً ما تستخدم هذه الطريقة عندما تكون أوضاع الشركة في السنة الجارية ممتازة، فتقوم بترحيل هذه الأرباح إلى فترات مستقبلية تعتقد إدارة الشركة أنه يمكن أن تحققت وأكتسبت بها، إذ تمت الخدمات المقدمة مقابل هذه الإيرادات في الفترة المالية نفسها، وفي إطار هذه الطريقة يستخدم أسلوبان هما[١] :ـ

**أ ـ الأسلوب الأول :ـ**

**إنشاء حسابات إدخارية وتحريرها في فترات مالية لاحقة.**

تقوم بعض الشركات وعندما يكون أداؤها وإيراداتها أعلى من المتوقع، بإنشاء حسابات إدخارية خاصة بهدف تحريرها وتحويلها مرة أخرى إلى حسابات الإيرادات في فترات مالية لاحقة يمكن أن يكون أداؤها فيها صعباً، ومثال ذلك ما قامت به شركة فلوريدا للصناعات الكيماوية الأمريكية في عام ١٩٩٠، عندما حققت إيرادات عالية وغير متوقعة، فرأت الإدارة أن من المناسب عدم تسجيل جميع هذه الإيرادات في ذلك العام وقامت بتسجيلها بحساب إدخاري قيمته (٥٠) مليون دولار تم تحريره عام (١٩٩٥)، ضمن حساب بعنوان "تغيير في تقديرات محاسبية"، Change in Accounting Estimate[٢].

**ب ـ الأسلوب الثاني :ـ**

إمتلاك إيرادات قبل إتمام عملية الدمج تقوم العديد من الشركات بالإندماج مع بعضها بعضاً، وتتم عمليات الدمج وفق شروط يتفق عليها بين الطرفين أو الأطراف التي ترغب بالإندماج، وتأخذ هذه الشركات وفق هذه الشروط فترة زمنية، عادة ماتكون أشهراً لإتمام وتنفيذ عملية الإندماج الأمر الذي يوفر لأطراف الإندماج فرصاً للتحايل على طرف أو أطراف أخرى من خلال إمتلاكها لإيرادات يتم تحقيقها خلال فترة الإندماج، وبالتالي من حصتها المتفق عليها بين الأطراف المندمجة[٣].

**<u>الطريقـــــة السابعة :ـ</u>**

---

1 - Howard Schilit, Financial Shenanigans Opcit, p (157).
2 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (160).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (162).

**نقل المصروفات المترتبة على الشركة في المستقبل إلى الفترة المالية الجارية / الحالية لظروف خاصة.**

تستخدم هذه الأساليب في الأوقات التي تواجه فيها الشركات أوقاتاً صعبة، لأن تراجع الأعمال وغيرها من النكسات، يدفع المديرين إلى عمل إجراءات في السجلات المحاسبية بمواجهة ذلك على أمل أن المستقبل سيكون أفضل، وبهدف التخفيف من الأعباء عن الوقت الراهن على حساب مستقبل جيد متوقع[١].

وهناك أربع أساليب تستخدم في إطار هذه الطريقة هي :ـ

**أ ـ الأسلوب الأول :ـ**

**القيام بتضخيم مبالغ بنود معينة في إطار ترتيبات خاصة.**

**حيث** تقوم الشركات أحياناً بتضخيم المصروفات التشغيلية وتسجيلها في الفترة المالية الحالية، مع أنها تخص أعمالاً وخدمات مستقبلية، ومثال ذلك ما قامت به شركة دنلوب ( Dunlop ) عام ١٩٩٦، عندما قامت بتضخيم مصاريف السنة المالية المذكورة بهدف تقليل الأرباح التشغيلية، وبالتالي تبرير طرد (١١٠٠٠) موظف ذلك العام امام المجتمع[٢].

**ب ـ الأسلوب الثاني :ـ**

**الشطب غير الملائم لتكاليف عمليات التطوير والتدريب من عمليات الدمج .**

تقوم إدارات بعض الشركات بعدم تسجيل / أو شطب تكاليف عمليات التطوير والتدريب أثناء عمليات الدمج، بهدف تحقيق أغراض خاصة، لا يستطيع المدققون إكتشافها، أو يمكن تبريرها. ومثال ذلك ما جرى عام ١٩٩٨ عندما توصلت مؤسسة التقنيات الرقمية ( AEC ) إلى إتفاق يقضي بدمجها في شركة ( Compaq ) لأنها كانت تعاني من مشكلات، حيث قامت شركة (AEC) بتخفيض وشطب مصاريف التطوير التي تمت على منتجاتها بهدف تسهيل عملية الإندماج [٣].

---

1 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (210).
2 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (213).
3 - Howard Schilit, Financial Shenanigans, Opcit, p (163).

**ج ـ الأسلوب الثالث :ـ**

**تسريع عملية تسجيل للنفقات الإختيارية في الفترة الجارية / الحالية.**

ويستخدم هذا الأسلوب في الأوقات التي تكون فيها الشركة قد حققت اهدافها المتوقعة للفترة المالية الجارية / الحالية، حيث تقوم الإدارة بتسجيل بعض النفقات الخاصة بفترة مالية لاحقة في الفترة المالية الحالية[١].

**د ـ الأسلوب الرابع :ـ**

**تقليص مبالغ الدخل بشكل غير صحيح وقبل إتمام عملية الدمج.**

يمارس هاذ النوع من التلاعب في حالات إندماج الشركات أو شراء أحد الشركات لشركة أخرى، إذ يشترط عند إتمام هذه الصفقات قبل أن يجري إتمامها خلال فترة زمنية محددة يتفق عليها، وتوضع بعض الشروط للتعامل مع الإيرادات فيتم في هذه الحالة تقليص قيم الدخل خلال الفترة الزمنية التي تسبق عملية إتمام الدمج، لتحقيق أهداف متنوعة لأحد الأطراف. ومثال ذلك ما قامت به شركة ميدافيس ( Medaphis ) التي تعمل في مجال البرمجيات عام ١٩٩٦ وقبل إتمام عملية دمج شركة تكساس ( Texas ) لها طالبت شركة ( Texas ) بتسجيل قيود تتضمن تراجعاً للدخل بشكل غير صحيح في الربع الأول من عام ١٩٩٦ بقيمة (٢,٥) مليون دولار بهدف تقليل العائدات وزيادة الإحتياطيات [2].

---

1 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, Opcit, p (216).

## * أخلاقيات إستخدام المحاسبة الإبداعية :-

إن إعطـاء صـورة حقيقيـة عـن المركـز المـالي للمـشروع، ونتـائج أعمالـه، لخدمـة الأطراف المعنية بأموره، ومساعدتهم على إتخاذ القرارات الإقتصادية الرشيدة، يعتبر الهدف الأسـاس لعلـم المحاسبة؛ لـذلك يجـب أن تتمتـع المعلومـات الـواردة فـي القـوائم الماليةبالـصفات الأساسية التالية : الملائمة، والتوقيت الجيد، والقيمـة التنبؤيـة، والقدرة علـى التحقق مـن صـحة القرارات التي أتخذت سابقاً، والموثوقية، وقابلية التحقق من صحتها وحيادها، وصـدق بياناتهـا، وكـذلك قابليتهـا للمقارنــة، والإتـساق فـي تطبيقهـا. وإن أيـة فروقـات فـي ممارسـة الإدارة أو المحاسبين عنـد إعدادها للقـوائم الماليةلهذه المفـاهيم يـؤدي إلـى فقدان المعلومـات لخصائـصها النوعية وتصبح غير مفيدة ومضللة للأطراف المعنية بإتخاذ القرارات.

ولقد تنـاول رفسين ( Revsine ) هذا الموضـوع فـي إطـار "فرضـية التشويه لحقـائق مالية مختارة" والتـي يمكن أن بنظـر إليهـا علـى أنهـا تقدم دفاعـاً لممارسـة المحاسبة الإبداعيـة، معتمداً وبشكل كبير علـى أدبيـات نظريـة الوكالـة، ونظريـة المحاسبة الإيجابيـة. وينظـر رفـسين كذلك إلى المسألة من حيث علاقتها بالمديرين والمساهمين، ويجادل بأن كلاً من هذين الطـرفين يستطيع الحصول على منافع من المعايير المحاسبية العامة والتي تعطي للمديرين حريـة العمل بالنسبة لتوقيت الإعلان عن الدخل. كما يشير إلـى المنـافع بالنسبة للمـديرين مـن حيث كـونهم قادرن علـى التلاعب بالـدخل بـين السنوات، وبـذلك يـتم مـن خـلال تعظـيم حقهـم فـي المكافئـات، ويـضيف بأنــه مـن المعقـول والمنطـق والإفتـراض بـأن الطـراف التـي تفـاوض عقـود توظيـف المديرين تتوقع مثل هذا السلوك النفعي وتحدد رزمـة التعويضات بموجـب ذلك. إذ أن المـديرين مكلفون فعـلاً بالأعمـال أو التـصرفات النفعيـة التـي يجـب علـيهم الإنـشغال فيهـا مـن أجـل تحقيـق المنـافع التـي يـتم الـدفع لهـم علـى أساسـها. كمـا أن حملـة الأسـهم يفيـدون أيـضاً مـن حقيقـة أن المديرين يمكنهم التلاعب في الأرباح المعلن عنها من أجل "تلطيـف" الـدخل، إذ أن ذلـك يمكـن أن يخفض التقلب الواضح في المكاسب، وبذلك تزيد قيمة أسهمهم.

بالمجمل يمكـن إستخلاص أن الـدور الأساسـي للمحاسبة يتمثـل فـي أنهـا آليـة لمراقبـة العقود بين المديرين والجهات الأخرى التي تزود التمويل، وأن آلية السوق سوف تعمل بكفايـة، وتـشخيص إمكانيـة التلاعب المحاسبي، وإنعكـاس ذلـك مناسـب فـي قـرارات التـسعير والتعاقـد. وإستناداً إلى ذلك فإنـه يمكـن تجميـد جميـع المعـايير المحاسبية المستخدمة فـي القطـاع الخـاص، وإستعمالها كأساس أو قاعدة لجميع وسـائل وطـرق الإبـلاغ المـالي والتعاقد المستقبلي. وبـدلاً ن

ذلك، يطبق عمل مجلس معايير المحاسبة المالية ( FASB ) المستقبلي على القطاع العام، بما في ذلك مؤسسات القروض والمدخرات حيث أن التمويل الحكومي يضمن دعم نشاطها. إن مثل هذا التركيز ضروري لأن نظام السوق صامت تجاه القطاع العام ومرتكبي العرض المالي المضلل يواجهون معوقات أقل[١].

إن التحيز الأخلاقي في الفكر المحاسبي بالنسبة لإختيار السياسة المحاسبية يتم التعامل معه على المستوى الكلي للمشروع المحاسبي. وإن هذا الفكر يمكن تطبيقه في مجال التحيز لإختيار السياسة المحاسبية على المستوى الجزئي بالنسبة لإدارة الشركات الفردية، وقد أوضح رولاند ( Ruland ) مجموعة من الموضوعات المتعلقة بهذا الموضوع تتلخص في الآتي [٢]:ـ

بين رولاند وجهة نظر علم الأخلاق في هذا الموضوع إذ يجب أن يقاس أي عمل على أساس القيمة الأخلاقية للنتائج. وناقش كذلك التمييز بين "المسؤولية الإيجابية" Positive Responsibility والتي تكون هنا الواجب من أجل عرض حسابات غير محتجزة، "والمسؤولية السلبية" Negative Responsibility حيث يكون المديرون مسؤولين عن معالجة المشكلات التي فشلوا في منعها. وقد أعطى رولاند الأولوية "للإيجابية". وبين أيضاً واجب الأحجام The duty to refrain الذي يتضمن تجنب التحيز المتأصل في المحاسبة الإبداعية، بينما واجب التصرف duty to act سوف يتضمن النتائج التي ستحقق بوساطة المحاسبة الإبداعية. وإذا ما نظرنا إلى المواضيع الثلاثة السابقة من وجهة نظر رولاند فإن واجب الإحجام عن المحاسبة الإبداعية يعتبر الأكثر أهمية فيما يتعلق بعدم اللين والمسؤولية ودور المحاسبة الرقابي على العقود.

تعتبر تقنيات ( أساليب ) المحاسبة الإبداعية غير أخلاقية، وقد لوحظ أنه عندما يكون هناك تقرير إحتيالي ( مضلل ) فغالباً ما يقوم على مستويات إدارية أعلى من تلك التي صممت لها أنظمة الرقابة الداخلية لتكون فعلاً. وغالباً ما تشمل إستخدام القوائم المالية لإيجاد الخداع بأن المنشأة مزودهرة أكثر مما هي عليه فعلاً، ويصاحب هذا الخداع أحياناً إخفاء الحقائق الإقتصادية من خلال التطبيق الخاطئ للمعايير المحاسبية الدولية.

---

١ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، مرجع سابق ذكره،ص(٩٢ ـ٩٣).

2 - Ruland, "Duty, Obligation and Responsibility in Accounting Policy Making", Journal of Accounting and Public Policy.(1984),p(23-24).

يلاحظ أن المصطلح "مظلل" يستعمل هنا لوصف المحاسبة الإبداعية، ففي أستراليا وجد لونغ وكوبر ( Leung and Cooper ) في دراسة مسحية شملت ( ١٥٠٠ ) محاسب أن المشاكل الأخلاقية الثلاث التي ذكرت كثيراً تتمثل في [١]:ــ

١ ــ تضارب المصالح.

٢ ــ إقتراح العميل التلاعب في الحسابات.

٣ ــ إقتراح العميل التهرب من الضريبة.

يلاحظ هنا أن موضوع المحاسبة الإبداعية قد جاء بمرتبة أعلى من موضوع التهرب الضريبي كموضوع أخلاقي بالنسبة للمحاسبين الممارسين للمهنة، وقد اجرى مسحين آخرين للمواقف بالنسبة للمحاسبة الإبداعية في الولايات المتحدة المريكية، حيث أظهرا كلاهما إختلافاً في موقف المحاسبين نحو المحاسبة الإبداعية إعتماداً على ما إذا كانت ناشئة عن سوء إستعمال القواعد المحاسبية أم عن التلاعب في العمليات.

وأشار فشر وروسنزويغ Fischer and Rosenzweig أن طلبة المحاسبة والماجستير في إدارة الأعمال أكثر إنتقاداً من المحاسبين الممارسين بالنسبة للتلاعب في العمليات. وفي هذا السياق تم عرض تفسيرين لمواقف المحاسبين :ــ

١ ـــ تبني المحاسبين للأسلوب المبني على أساس القواعد والأحكام المحاسبية بالنسبة للأخلاق، بدلاً من التأثير على مستخدمي الحسابات.

٢ ــ يرى المحاسبون ان مسألة سوء إستخدام الأحكام والقواعد المحاسبية واقعة ضمن حقلهم التخصصي، وبالتالي يتطلب المر إجتهادهم الأخلاقي، بينما يقع التلاعب في العمليات ضمن حقل وسيطرة الإدارة.

ووجد كذلك فروقاً في مواقف المحاسبين بالنسبة للمحاسبة الإبداعية بناءً على دوافع الإدارة. فالمحاسبة الإبداعية المبنية على الحوافز الواضحة والصريحة للمصلحة الذاتية تجلب عدم موافقة اكثر من تلك الحوافز الخاصة بالرقي بالشركة.

ويوجه أي محاسب او مدير يأخذ موقفاً ضد ممارسات المحاسبة الإبداعية الضغوطات نفسها مثل أي شخص آخر يقف ضدها. وفي حالات معينة فإن الفشل في التصرف قد يهدد السمعة. ويقول احد الذين لهم موقف حازم من المحاسبة الإبداعية "لقد كلفتني خسارة وظيفتي، ولكني لا أفكر بأن أحصل على وظيفة اخرى إذا كنت غير أخلاقي".

---

١ ــ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، مرجع سابق ذكره،ص(٩٤ ــ٩٥)،

وقد اشار سكلت Schilit إلى قضية احد محاسبي شركة معينة واجه مثل هذه الحالة، حيث تكبد صاحب العمل تكالبف كبيرة وجوهوية دفعها لتجار التجزئة لعرض بضائع جديدة على رفرف البيع في محلاتهم التجارية. وتعتبر هذه الممارسة أمراً عادياً تعرف بوضع قدم فتح منفذ، وتمت عملية إطفاء هذه التكاليف في السنة التي حدثت فيها. ومن أجل المحافظة على النسب المحاسبية وفقاً لإتفاقيات القروض إقترح رئيس المنشأة رسملة هذه التكاليف وإطفائها على مدار عشر سنوات. وقد قام المحاسب بما يلي [1]:ـ

١ ـ إجراء بعض البحوث بالنسبة لممارسات شركات أخرى حول هذا الموضوع، وكنتيجة لذلك، فقد عززت وجهة نظره بأن هذا الأمر لا يعتبر معالجة محاسبية مقبولة.

٢ ـ تحديد الوفر في التكلفة والتي سوف تحفظ الشركة داخل حدود إتفاقيات قروضها.

٣ ـ إطلاع المدققين وتحويل الموضوع إليهم، أملاً بأن يلعبوا دور الشرطي السيء وإجبار الشركة بإعتبار المصاريف المتعلقة بفتح المنافذ لهذه السلع الجديدة على أنها مصاريف لا ترسمل.

ولقد أجريت مسوح بإستخدام إستبيانات لمعرفة وجهة نظر وآراء المحاسبين حول المحاسبة الإبداعية في المملكة المتحدة، وفي إسبانيا أظهرت أن هناك أقلة من المدققين في كل بلد يتبنون وجهة نظر متسامحة بالنسبة للمحاسبة الإبداعية. فمثلاً في إسبانيا تبين أن هناك تفاؤلاً أكبر بالنسبة لإمكانية حل المشكلة. مع الأخذ بعين الإعتبار ان لدى إسبانيا مجموعة شاملة من القواعد الخاصة بالتدقيق المالي منذ عام ( ١٩٩٠ )، الأمر الذي يمكن أن يعكس عدم الخبرة بخصوص هذه المشكلة.

وقد حصلت نيوزيلندا خلال التسعينات على نظام محاسبي منظم تشريعياً، مصمم لتقوية المعايير المحاسبية. وفي عام ( ١٩٧٤ ) بدات جمعية المحاسبين النيوزيلنديين ( NZSA ) والتي يطلق عليها حالياً معهد المحاسبين القانونيين النيوزيلنديين ( ICANZ ) بإصدار معايير محاسبية وتلزم أعضاءه بإتباعها. وفي عام ( ١٩٨٧ ) شهد إنهيار سوق الأوراق المالية توقف عمل العديد من الشركات الكبيرة والكثيرة من الشركات الصغرة المدرجة في سوق الأوراق المالية، الأمر الذي تطلب بعد حدوث الكارثة حاجة ماسة إلى وضع أحكام وتشريعات محاسبية جديدة قادت إلى إصدار قانون للإبلاغ المالي، وقانون جديد للشركات عام ( ١٩٩٣ ) وقد إستمرت جمعية المحاسبين القانونيين النيوزيلنديين بوضع

1 - Schilit, "Is it Fraud or Just Slick Accounting?",(1997), CEO Magazine, August,p(41-52).

معايير الإبلاغ المالي، التي يجب تقديمها للمصادقة عليها من قبل مجلس مراجعة المعايير المحاسبية ( ASRB ) والذي يعين أعضاءه من قبل الحكومة. وتتلخص المتطلبات المحاسبية الأساسية أن الحسابات يجب أن تتماشى مع الممارسات المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً ( GAAP ). بحيث تتطابق مع معايير الإبلاغ المالي المعمول بها. وعندما لا تكون متطابقة مع هذه المعايير فيجب إتباع سياسات محاسبية تكون ملائمة لظروف المنشأة، ولديهم دعم رسمي من خلال مهنة المحاسبة في نيوزيلندا.

إن مسجل الشركات في نيوزيلندا مصرح له بتطبيق القانون، وعدم الإلتزام بتطبيقه يجعل المديرين عرضة للغرامات. والوسيلة الملائمة للمسجل في إعطائه هذا الدور كشرط ضروري لتطبيق النظام الجديد بطريقة سلسة. ومن أجل إستقصاء تأثير النظام الجديد بالنسبة للمحاسبة الإبداعية قام امات وزملاؤه .Amat et al بالتحدث إلى شركات التدقيق الست الكبرى وتلك الشركات التي لديها اكثر من أربعة شركات تدقيق لديهم إرتباط عالمي في كل من ( Auckland, Christchurch and Wellington ). وقد قدموا خمس عشرة مقابلة، عشرة منها أجريت مع الشركات الست الكبار، وخمس مقابلات مع شركات تدقيق أخرى، وقد أبدوا رأياً جماعياً تقريباً بأن المحاسبة الإبداعية لا تعتبر الآن مشكلة هامة في نيوزيلندا. كذلك هناك إجماع مشابه في الرأي بأن هناك إنخفاضاً في تطبيقها وممارستها[1].

* **دوافع إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية [1] :-**

١ ـ التأثير على سمعة الشركة إيجاباً في السوق :ـ

عادةً ما تستخدم تقنيات المحاسبة الإبداعية بهدف تحسين القيم المتعلقة بأداء منشئات الأعمال التي إن بقيت كما هي تعكس صورة سلبية عن الشركة أمام منافسيها، لذلك فإن أحد دوافع إستخدام أساليب المحاسبة الإبداعية يكون بهدف التأثير إيجاباً على سمعة المنشأة.

٢ ـ التأثير على سعر سهم الشركة في البورصات :ـ

من شأن تراجع القيم المالية لمنشئات الأعمال التأثير على أسعار أسهمها في البورصات التي تداول هذه الأسهم فيها، وبالتالي فإن بقائها كما هي سيؤدي بالضرورة إلى إنخفاض أسعار أسهمها، لذلك فإن إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية بهدف تلطيف هذه القيم سيحسن من أسعار أسهم الشركات في البورصات.

---

١ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، مرجع سابق ذكره،ص(٩٨).
٢ ـ عدي جرار' مرجع سابق ذكره،ص٩٩.

٣ ـ زيادة الإقتراض من البنوك :ـ

تستخدم العديد من البنوك التجارية جملة من المعايير بهدف تقييم منشئات الأعمال كخطوة تسبق إتخاذ قرار منح القروض لهذه المنشئات، لذلك تلجأ منشئات الأعمال إلى إستخدام أساليب المحاسبة الإبداعية بهدف تحسين قيمها، الأمر الذي سيؤثر على عملية إتخاذ القرار الإئتماني لدى البنوك التجارية.

٤ ـ لغايات التلاعب الضريبي :ـ

تقوم بعض منشئات الأعمال من خلال تخفيض الأرباح والإيرادات وزيادة النفقات من أجل تخفيض هوامش الإقتطاع الضريبي المترتب عليها.

٥ ـ تحسين الأداء المالي للشركة بهدف تحقيق مصالح شخصسة :ـ

عادة ما تقوم إدارات العديد من منشئات الأعمال بتحسين قيم المنشئات التي تقوم على إدارتها لعكس صورة إيجابية عن أدائها، لتحقيق غايات شخصية تتمثل في تحسين صورة هذه الإدارة أمام مجالس الإدارة.

٦ ـ لغايات التصنيف المهني :ـ

تتنافس العديد من منشئات الأعمال في ذات القطاع للحصول على تصنيف متقدم على منافسيها في عمليات التصنيف المهني التي تجريها مؤسسات دولية إستناداً إلى تقييم تجريه هذه المؤسسات يعتمد على القيم المالية التي تنعكس على البيانات المالية السنوية ونصف الشهرية وربع السنوية التي تعدها منشئات الأعمال، لذلك تلجأ منشئات الأعمال هذه إلى تحسين بعض قيمها للحصول على تصنيف متقدم.

### * دور التدقيق في الحد من إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية [1] :ـ

قامت العديد من الهيئات المنظمة لمهنة التدقيق بإصدار تعليمات أكثر تفصيلاً ووضوحاً تعنى بوضوح حدود دنيا لإجراءات التدقيق Auditing Procedures والواجب على مدقق الحسابات الإلتزام بها كدليل على إتباع المدقق لمعايير التدقيق المتعارف عليها، ومنها ما قام به مجمع المحاسبين القانونيين الأمريكي ( AICPA ) في ايار عام ١٩٩٦ بإصدار ( SAS No.82 ) والمتعلق "بالأخذ في الإعتبار الغش عند تدقيق القوائم المالية" نظراً لتزايد عدد القضايا المرفوعة ضد مدققي الحسابات بسبب عدم قدرتهم على إكتشاف

---

١ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، مرجع سابق ذكره،ص(٩٩-١٠٣).

حالات الغش والتضليل في القوائم الماليةمن قبل إدارة المشروع، ويتضمن المعيار توضيحاً لمفهوم الغش ( التضليل ) والفرق بينه وبين الخطأ عير المقصود، وإيضاحاً لمفهوم التضليل في القوائم المالية والفرق بينه وبين إساءة إستخدام الأصول ( السرقة )، وتحديداً لمؤشرات الخطر الدالة على إحتمال وجود إقرار مالي مضلل ولمؤشرات الخطر الدالة على إساءة إستعمال الأصول، وأمثلة عنها، وتحديداً لمسؤولية مدقق الحسابات تجاه إكتشاف الأخطاء غير المقصودة وحالات الغش، وتحديداً للحد الأدنى من إجراءات التدقيق الواجب على مدقق الحسابات إتباعها لإكتشاف حالات الغش والتضليل في القوائم المالية.

كما قام مجمع المحاسبين القانونيين الأمريكي ( AICPA ) بتاريخ ٢٠٠٢/١٠/١٦ بإصدار ( SAS No.99 ) "الأخذ في الإعتبار القوائم المالية المضللة" ويتضمن دليلاً موسعاً للمدقق يرشده إلى كيفية إكتشاف الغش والتضليل في القوائم المالية. ويتضمن الإشارة بشكل رئيسي إلى العناصر الآتية :ـ

١ ـ التوصيه بالتركيز بشكل أكبر على الحدس المهني للمدقق عند القيام بعملية التدقيق.

٢ ـ التوصية بأن يقوم المدقق بمناقشة إدارة العميل وموظفيه حول وجود حالات غش وتضليل في القوائم المالية الخاصة بالعميل موضوع التدقيق.

٣ ـ التوصية بالتجاوب مع تجاوزات إدارة العميل لأنظمة الرقابة الداخلية الخاصة به كمؤشر على إحتمال وجود تضليل وغش في القرائم المالية الخاصة موضوع التدقيق.

كما دعت جمعية المحاسبين الأمريكيين ( AAA ) في عام ١٩٩٧ الجامعات وخبراء تدقيق الحسابات للأنضمام إلى بحث موجه لمساعده مدققي الحسابات في منع وإكتشاف حالات الغش والتضليل في القوائم المالية، وذلك من خلال قضايا الغش والتضليل السابقة.

وأصدر الإتحاد الدولي للمحاسبين( International Federation ( IFAC Accountants معايير التدقيق الدولية في يوليو عام ١٩٩٤( IFAC,1999 ,33 ) والتي تتضمن معياراً خاصاً بالتضليل والخطأ ( ISAs No.240: Fraud and Error ) عدل عام ٢٠٠٢ بأن أضيف إليه ملحق يشير( IASs No.240A ) بشكل تفصيلي لمسؤولية مدققي الحسابات تجاه التضليل والخطأ في القوائم المالية وفيه تحمل معايير التدقيق الدولية ( International Standards on Auditing ) ( ISAs ) مسؤولية منع وإكتشاف التضليل والخطأ في القوائم المالية لإدارة المشروع من خلال تطبيقها لأنظمة رقابة داخلية كفيلة.

كما حدد معيار التدقيق الدولي رقم ٢٤٠ والخاص "بالتضليل والخطأ" إجراءات التدقيق الواجب على المدقق إتباعها في جميع عمليات التدقيق، وأهمها على المدقق أن يأخذ في الإعتبار مخاطر وجود تضليل أو خطأ في القوائم المالية في مرحلة التخطيط وعند تقييم المخاطر، وبناءً على نتائج تقييم المخاطر لدى العميل موضوع التدقيق، على المدقق تصميم إجراءات التدقيق للحصول على تأكيد معقول من خلو القوائم المالية من البيانات الكاذبة الناتجة عن الغش أو الخطأ المادي، وعند ظهور مؤشرات على إحتمال وجود غش أو خطأ على المدقق الأخذ في الإعتبار الآثار المستقبلية على القوائم المالية، فإذا إعتقد بأن لهذا الغش أو الخطأ تأثيراً مادياً على القوائم المالية فعليه زيادة إجراءات التدقيق بما يتلائم مع الوضع.

وعليه فإن على مدققي الحسابات الذين يرغبون في الحد من أعمال المحاسبة الإبداعية معالجة كل من تقنيات ( اساليب ) المحاسبة الإبداعية بطرق مختلفة كما يلي :ـ

١ ـ تخفيض نطاق إستخدام الطرق المحاسبية :ـ

وذلك بتخفيض عدد الطرق المحاسبية البديلة المسموح بها، وتحديد الظروف والأحوال التي يجب أن تستخدم فيها كل طريقة من هذه الطرق. كما أن طلب الإتساق في إستخدام هذه الطرق أيضاً يساعد هنا، حيث أنه عند إختيار شركة معينة طريقة محاسبية ينتج عن إستخدامها صورة مرغوبة إيجابية في سنة واحدة سوف تكون مجبرة لإستخدام الطريقة نفسها في الظروف المستقبلية حيث يمكن أن تكون النتيجة أقل تفضيلاً.

٢ ـ معالجة إساءة إستعمال الإجتهاد أو الحكم الشخصي بطريقتين :ـ

الطريقة الأولى وضع قواعد وأحكام من شأنها تقليل إستخدام الإجتهاد الشخصي. فمثلاً، في المملكة المتحدة يميل محاسبو الشركات بإستخدام الجزء المتعلق بالبنود غير العادية ( الإستثنائية ) Extraordinary Item في حساب الأرباح والخسائر لبنود يرغبون في تجنب إدخالها في الربح التشغيلي؛ فكانت ردة فعل مجلس المعايير المحاسبية في المملكة المتحدة ( ASB ) إلغاء هذه المجموعة من البنود غير العادية. كما ان للمدققين دوراً يقومون به في تشخيص وتحديد التقديرات غير الأمينة.

والطريقة الثانية فرض الإتساق، اي أنه إذا ما إختارت شركة ما سياسة محاسبية تناسبها في سنة ما، فعليها الإستمرار في تطبيق هذه السياسة في السنوات المتتالية حتى عندما يمكن أن لا تكون هذه السياسة مناسبة لها بشكل جيد.

٣ ـ معالجة العمليات غير الحقيقية والتغلب عليها بوضع مفهوم "يغلب الجوهر على الشكل" Substance over from موضوع التنفيذ :ـ

حيث أن الجوهر الإقتصادي بدلاً من الشكل القانوني للعمليات هو الذي يحدد جوهرها المحاسبي، وبذلك تحسب العمليات المتصلة مع بعضها بعضاً على أنها ككل واحد.

٤ ـ إن توقيت العمليات الحقيقية هي بوضوح مسألة تخضع لحرية تصرف الإدارة :ـ

وبذلك، فإن نطاق أو مجال إستعمال هذا التوقيت يمكن تحديده بطلب إعادة تقييم منتظم للبنود في الحسابات، وذلك من أجل تحديد المكاسب أو الخسائر الناجمة عن التغييرات في القيمة في الحسابات كل سنة كلما حدثت، بدلاً من إظهارها في السنة التي يحدث فيها التخلص من هذه البنود. وإنه لشيء ممتع ملاحظة ما جاء في مسودة الإطار المفاهيمي الحديثة فقد ذكر مجلس المعايير المحاسبية في المملكة المتحدة ( ASB ) الرغبة في التحرك لزيادة إعادة التقييم بدلاً من التكلفة التاريخية للحسابات.

إستناداً إلى ما سبق فإنه ينظر للمحاسبة الإبداعية بإعتبارها كملامح خاصة في الأسلوب المحاسبي الإنجلوسكسوني، وذلك بمجالها بالنسبة للمرونة والإجتهاد الشخصي بدلاً من نموذج القارة الأوروبية الذي يقوم على تخفيض المرونة وتقليل مجال التقدير الشخصي. ومع ذلك نجد في الجدول التالي أن كلاً من الأسلوبين يقدم دعماً كبيراً للرقابة على المحاسبة الإبداعية في بعض النواحي، وعلى العكس، هناك فرصة أكبر للمشاركة في المحاسبة الإبداعية في نواح أخرى. إن الاسلوب أو النهج الأكثر توجيهاً وإرشاداً الخاص بنموذج القارة الأوروبية جعل من السهل تخفيض نطاق أو مجال سوء الإستخدام لإختيار السياسة المحاسبية والتلاعب في التقديرات المحاسبية. والنموذج الإنجلوسكسوني الأقل تكيفاً وفقاً للظروف هو الأكثر مساعدة لإستخدام الجوهر الذي يغلب على الشكل وإعادة التقييم.

الفرص المتاحة للمحاسبة الإبداعية[١]

| الفرصة للمحاسبة الإبـــــداعيـــــــة | الحل المتاح للمنظم أو المشرع المحاسبي | التقليد المحاسبي حيث الحل يطبـق بالسهولــة الأكثـر |
| --- | --- | --- |
| إختيار الطرقة المناسبة | تخفيض الخيارات المسموح بها | القارة الأوروبية |
| تقديرات وتكهنات متحيزة | تخفبض مجال التقدير | القارة الأوروبية |
| الدخول في عمليات غير حقيقية | تغلب الجوهر على الشكل | الإنجلوسكسوني |
| توقيت العمليات الحقيقة | فرض إعادة التقييم | الإنجلوسكسوني |

١ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، مرجع سابق ذكره،ص(١٠٣).

# الفصل الثالث :

# الدراســـــة الميدانيـــــة

# وتحليـــــل البيانـــــات

# الدراسة الميدانية وتحليل البيانات

**ـ الدراسة الميدانية**

يتناول هذا الفصل وصفاً دقيقاً لمجتمع الدراسة وعينتها وادواتها وصدق وثبات الأداة والمعالجة الاحصائية المتبعة في معالجة هذه البيانات.

**ـ مجتمع الدراسة**

أجريت الدراسة على شركات التدقيق التي تقوم بعملية التدقيق على البنوك التجارية الأردنية والبالغة عددها ٦ شركات. وقد شمل مجتمع الدراسة الموظفين من مختلف المستويات التعليمية والبالغ عددهم ٣٨ فرداً.

**ـ عينة الدراسة**

تم اختيار عينة الدراسة والبالغة ٤٠ فرداً من شركات التدقيق التي تقوم بعملية التدقيق على البنوك التجارية الأردنية، وتم توزيع أداة الدراسة (الاستبانة) عليهم، استرد منها ٣٨ استبانة صالحة لأغراض التحليل الاحصائي أي بنسبة استرداد بلغت (٩٥%)، وبالتالي فإن مجموع الاستبانات التي استخدمت في التحليل الاحصائي بلغت ٣٨ استبانة.

**ـ أداة الدراسة**

لغايات الدراسة الميدانية تم تصميم استبانة مؤلفة من جزأين، تناول الجزء الأول معلومات عامة (الشخصية والوظيفية)، أما الجزء الثاني فقد تألف من مجموعة من الأسئلة التي تدور حول أثر التجارة الالكترونية في زيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية في البنوك التجارية، وتم تقسيم هذا الجزء إلى أربعة أبعاد كل بعد يقيس فرضية من فرضيات الدراسة الأربعة .

- **صدق أداة الدراسة**

تم عرض أداة الدراسة، على مجموعة من المختصين الأكاديميين في مجال المحاسبة وإدارة الأعمال في الجامعات الأردنية وذلك لإبداء آرائهم وتوصياتهم وملاحظاتهم فيما يخص مدى ارتباط فقرات الاستبانة بالمجال الذي يرتبط به، حيث عرضت عليهم مدعمة بفرضيات الدراسة.

- **الأساليب الاحصائية المستخدمة:**

١. التكرارات والنسب المئوية ( Frequency & percent) وذلك بهدف وصف العينة.
٢. المتوسطات والانحرافات المعيارية (Means & St. deviations)، وذلك للكشف عن اتجاهات إجابات أفراد العينة على أسئلة الدراسة.
٣. اختبار (t-test) وذلك بهدف الكشف عن وجود العلاقات الاحصائية أو عدم وجودها.
٤. اختبار معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ – الف) وذلك للتأكد من صدق إجابات أفراد العينة.

مع العلم بأن الباحث قد استخدم مستوى ليكرت الرباعي في الاجابة على أسئلة الاستبانة وذلك حسب الدرجات التالية:

١ = غير موافق بشدة

٢ = غير موافق

٣ = محايد

٤= موافق

٥ = موافق بشدة.

وتم استخدام متوسطات اجابات أفراد العينة على النحو التالي

(١-أقل من ٢,٥ ) عدم الموافقة.

(٢,٥-أقل من ٣,٥) التزام الحياد .

(أكبر من ٣,٥ ولغاية ٥) الموافقة.

٣-١-٦ اختبار مدى الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبيان

تم فحص مدى الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبيان حسب مقياس كرونباخ-ألفا، وقد بلغ معامل الاتساق الداخلي حسب هذا المقياس (٨٢%)، وهو مؤشر واضح يدل على وجود اتساق قوي ومتين.

**تحليل البيانات واختبار الفرضيات**

**الخصائص الديموغرفية لعينة الدراسة: ـ**

فيما يلي وصف لخصائص العينة في القسم الأول من الاستبانة

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية (الديموغرافية)

| المتغير | الخيارات | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| المؤهل العلمي | الثانوية العامة | ٠ | %٠٠ |
| | دبلوم عالي | ٢ | %٥,٣ |
| | بكالوريوس | ٢٣ | %٦٠,٥ |
| | ماجستير | ١١ | %٢٨,٩ |
| | دكتوراه | ٢ | %٥,٣ |
| سنوات الخبرة | أقل من خمس سنوات | ٢٣ | %٦٠,٥ |
| | أكثر من خمسة وأقل من عشر | ١٠ | %٢٦,٣ |
| | أكثر من عشر سنوات | ٥ | %١٣,٢ |
| التخصص الدقيق | محاسبة | ٢٧ | %٧١,١ |
| | علوم مالية ومصرفية | ٩ | %٢٣,٧ |
| | إدارة أعمال | ٢ | %٥,٣ |

من الجدول السابق يتبين أن معظم أفراد العينة كانوا يحملون شهادات البكالوريوس حيث بلغ عددهم ٢٣ فرداً من أفراد العينة والبالغ عددهم ٣٨ أي أنهم شكلوا ما نسبته ٦٠,٥%، ويفسر هذا على أن معظم العاملين في شركات التدقيق هم من حملة شهادات البكالوريوس وهذا ما يتمشى مع طبيعة ومتطلبات سوق العمل وخاصة في ميدان تدقيق الحسابات.

وكذلك نجد أن معظم افراد العينة قد كانت لديهم خبرة لأقل من خمس سنوات حيث بلغ عددهم ٢٣ ونسبتهم ٦٠,٥%، تليهم الفئة التي تتراوح سنوات الخبرة فيها ما بين خمس وعشر سنوات شكلوا ما نسبته ٢٦,٣%، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفئة التي تبلغ فيها سنوات الخبرة أكثر من عشر سنوات وبنسبة ١٣,٢%، وهذا يشير إلى أن عينة الدراسة من الفئة الخبيرة في مجال عملها، وبالتالي ستتميز إجاباتهم بالدقة.

ونجد أيضا أن معظم افراد العينة كانت تخصصاتهم محاسبة حيث بلغ عددهم ضمن هذا التخصص ٢٧ فرداً مشكلين ما نسبته ٧١,٧%، يليهم من هم ضمن تخصص المحاسبة وبنسبة ٢٣,٧%، ويليهم أخيرا من هم ضمن تخصص المالية وبنسبة ٥,٣%، وهذا ما يشير إلى تفضيل حملة التخصصات المحاسبية على غيرها من التخصصات في مجال تدقيق الحسابات.

**ـ اختبار فرضيات الدراسة :**

تم طرح أربع فرضيات رئيسية في هذه الدراسة، تم وضع مجموعة من الأسئلة تتمثل ببعد معين لقياس كل فرضية، سيتم اختبارها كل على مرحلتين : المرحلة الأولى مناقشة اتجاهات أفراد العينة على البعد المتعلق بالفرضية، والمرحلة الثانية اجراء اختبار (T-test) للتوصل إلى معنوية الدلالة وفيما إذا كانت دالة إحصائياً أم لا ، وتم التوصل إلى:

**الفرضية الأولى :**

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارة الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الالكترونية.**

جدول (٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على البعد الأول

| الرقم | *الفقرة* | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|
| ١ | تفقد المعلومات مفعولها القانوني أو صحتها أو قابليتها لمجرد أنها على شكل رسالة بيانات | ٢,٦ | ١,١ |
| ٢ | يشترط القانون أن تكون المعلومات مكتوبة وتستوفي في رسالة البيانات الواردة فيها على نحو يتيح استخدامها بالرجوع إليه لاحقاً | ٣,٦٥ | ١,٠٢ |
| ٣ | يحتوي الموقع الالكتروني على نظام من خلاله يمكن قراءة نظام الموقع وفحصه للتأكد من إذا ما كان يحميك وإذا ما كان يخالف قانون حماية المستهلك في التجارة الالكترونية. | ٣,٧٨ | ٠,٧٠ |
| ٤ | يحتوي الموقع الالكتروني على الوصف الكامل والشامل للمنتوج من حيث طراز المنتوج وخصائص المنتوج والمعطيات الفنية والسعر وموعد التزويد ومدة الكفالة. | ٣,٨٦ | ٠,٤٧ |
| ٥ | يشترط القانون وجود توقيع شخص مسؤول للموافقة على المعلومات الواردة في رسالة البيانات. | ٣,٦٨ | ١,١ |
| ٦ | يكون للسجل الالكتروني والعقد الالكتروني ورسالة البيانات والمعلومات الالكترونية والتوقيع الالكتروني نفس الآثار القانونية على الوثائق والمستندات والتوقيعات | ٣,٧٦ | ٠,٩١ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | الخطية من حيث إلزامها لأطرافها أو حجيتها في الإثبات. | | |
| ٧ | يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا كانت البيانات والمعلومات الواردة في ذلك السجل قابلة للاحتفاظ بها وتخزينها بحيث يمكن في أي وقت الرجوع إليها. | ٤,٠ | ٠,٧٨ |
| ٨ | يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً له صفة النسخة الأصلية إذا كان هناك إمكانية الاحتفاظ بالسجل الالكتروني بالشكل الذي تم به انشاءه أو إرساله أو تسليمه أو بأي شكل من يسهل به إثبات دقة البيانات والمعلومات التي وردت فيه عند إنشاءه أو إرساله أو تسليمه . | ٤,١ | ٠,٦٦ |
| ٩ | يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا كان هناك دلالة على أن البيانات والمعلومات الواردة في السجل تشير إلى من ينشئه أو يتسلمه وتاريخ ووقت إرساله وتسليمه. | ٣,٧٨ | ٠,٦٢ |
| ١٠ | يشترط القانون تقديم معلومات أو الاحتفاظ بها في شكلها الأصلي والذي أنشئت فيه للمرة الأولى بوصفها رسالة بيانات | ٣,٩٤ | ٠,٨٦ |
| | معدل الأوساط الحسابية | | ٣,٧٢ |

من خلال الجدول السابق يتبين أنه لم تختلف إجابات معظم أفراد العينة على هذه المجموعة من الأسئلة ولم يكن هناك تباينا واضحا، فيما عدا الاجابة على السؤال رقم (١)، حيث اتجهت الاجابات نحو الموافقة، وهذا ما يشير إليه المتوسط الحسابي. وقد بلغ أكبر متوسط حسابي لإجابات أفراد العينة على المجموعة الأولى من الفقرات والتي تمثل البعد الأول (٤,١) وهو يشير إلى الموافقة، وأقل متوسط حسابي (٢,٦) وهو يشير إلى التزام الحياد.

إتفق معظم أفراد العينة يشترط القانون أن تكون المعلومات مكتوبة وتستوفي في رسالة البيانات الواردة فيها على نحو يتيح استخدامها بالرجوع إليه لاحقاً، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٥. وأن القانون يشترط وجود توقيع شخص مسؤول للموافقة على المعلومات الواردة في رسالة البيانات، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٨.

كما أجمع معظم أفراد العينة على أن للسجل الالكتروني والعقد الالكتروني ورسالة البيانات والمعلومات الالكترونية والتوقيع الالكتروني نفس الآثار القانونية على الوثائق والمستندات والتوقيعات الخطية من حيث إلزامها لأطرافها أو حجيتها في الإثبات، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٧٦.

من الجدول (٢) يلاحظ أن أفراد العينة اتفقوا على أن الموقع الالكتروني يحتوي على نظام من خلاله يمكن قراءة نظام الموقع وفحصه للتأكد من إذا ما كان يحميك وإذا ما كان يخالف قانون حماية المستهلك في التجارة الالكترونية، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٧٨، واعتبروا أن السجل الالكتروني يكون قانونياً وله صفة النسخة الأصلية إذا كان هناك دلالة على أن البيانات والمعلومات الواردة في السجل تشير إلى من ينشئه أو يتسلمه وتاريخ ووقت إرساله وتسليمه، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٧٨.

ويلاحظ من الجدول (٢) أن الموقع الالكتروني يحتوي على الوصف الكامل والشامل للمنتوج من حيث طراز المنتوج وخصائص المنتوج والمعطيات الفنية والسعر وموعد التزويد ومدة الكفالة، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٨٦. وأن القانون يشترط تقديم معلومات أو الاحتفاظ بها في شكلها الأصلي والذي أنشئت فيه للمرة الأولى بوصفها رسالة بيانات، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٩٤.

من الجدول (٢) يلاحظ أن السجل الالكتروني يعتبر سجلاً قانونياً ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا كانت البيانات والمعلومات الواردة في ذلك السجل قابلة للاحتفاظ بها وتخزينها بحيث يمكن في أي وقت الرجوع إليها، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٠.

يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً له صفة النسخة الأصلية إذا كان هناك إمكانية الاحتفاظ بالسجل الالكتروني بالشكل الذي تم به انشاءه أو إرساله أو تسليمه أو بأي شكل من يسهل به إثبات دقة البيانات والمعلومات التي وردت فيه عند إنشاءه أو إرساله أو تسليمه، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,١.

يتبين من الجدول (٢) أن معدل الأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة على المجموعة الأولى بلغ ٣,٧٢، وهو ما يؤكد اتفاق معظم أفراد العينة في إجاباتهم بالموافقة على ما جاء في هذه المجموعة.

ومن خلال هذه المتوسطات الحسابية ومعدل الأوساط الحسابية التي تكشف عن اجابات أفراد العينة على فقرات المجموعة الأولى من الأسئلة واتجاهاتهم، نستنتج أنه لا يوجد علاقة بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارة الالكترونية وزيادة

استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، إذ أن معظم المعاملات الالكترونية تستغني عن التوثيق المستندي بالتوثيق الالكتروني، وهذا يعني أن الفرضية الأولى قد تكون صحيحة وللتأكد من صحة هذه النتيجة، وعدم عشوائيتها سيتم إجراء اختبار كا٢، عند مستوى ثقة لا يقل عن ٩٥%، ونسبة خطأ لا تتجاوز ٥%، أي عند مستوى الدلالة (α≤ ٠,٠٥)، والجدول رقم (٣) يبين ذلك

جدول(٣)

اختبار كا٢ للمجموعة الأولى من الأسئلة

| التوثيق المستندي واستخدام تقنيات المحاسبة الابداعية | | |
|---|---|---|
| قيمة كا٢ | درجات الحرية | معنوية الدلالة |
| ١٣,٣١ | ١٤ | ٠,٥٢ |

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن العلاقة بين بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارة الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية غير دالة إحصائياً، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٥٢) وهي أكبر من نسبة الخطأ الإحصائي (٠,٠٥)، وبالتالي فإن الفرضية الأولى مثبتة تماماً، أي أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارة الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

**الفرضية الثانية :**

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.**

جدول (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على البعد الثاني

| الرقم | *الفقرة* | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|
| ١ | يطبق أي حكم من أحكام قواعد الاثبات من أجل الحيلولة دون قبول رسالة البيانات كدليل. | ٣,٦٣ | ٠,٩٧ |
| ٢ | يعطى للمعلومات التي تكون على شكل رسالة بيانات ما تستحقه من الإثبات . | ٣,٧١ | ٠,٦١ |
| ٣ | إن الاحتفاظ بمستندات أو معلومات أو سجلات بعينها يحقق مستلزمات الوفاء القانوني المطلوب إذا تم الاحتفاظ برسالة البيانات . | ٣,٦٨ | ٠,٦٦ |
| ٤ | يتم تطبيق هذا القانون على أي نوع من المعلومات التي على شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة التجارة الالكترونية. | ٣,٨١ | ٠,٦٥ |
| ٥ | يجوز استخدام رسالة البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض. | ٣,٨١ | ٠,٦٥ |
| ٦ | يفقد العقد صحته وقابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات للغرض الذي أنشأ من أجله . | ٣,١٣ | ١,٠١ |
| ٧ | تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الايجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام. | ٤,٣٦ | ٠,٤٦ |
| ٨ | تعتبر رسالة المعلومات صادرة عن المنشئ سواء صدرت لحسابه أو بواسطة وسيط الكتروني معد للعمل آلياً بواسطة المنشئ أو من ينيبه. | ٣,٦٣ | ٠,٥٨ |
| ٩ | في العلاقة بين منشئ رسالة البيانات والمرسلة إليه تفقد رسالة البيانات مفعولها القانوني أو صحتها أو قابليتها للتنفيذ لمجرد أنها على شكل رسالة بيانات. | ٣,٢٨ | ١,١ |
| | معدل الأوساط الحسابية | | ٣,٦٧ |

يوضح الجدول (٤) أن إجابات معظم أفراد العينة على هذه المجموعة من الأسئلة تراوحت بين الموافقة بشدة والموافقة والتزام الحياد، حيث بلغ أكبر متوسط حسابي (٤,٣) وهو يشير إلى الموافقة بشدة، وأقل متوسط حسابي (٣,١٣) وهو يشير إلى التزام الحياد.

ويلاحظ من الجدول (٤) أن أي حكم من أحكام قواعد الاثبات يطبق من أجل الحيلولة دون قبول رسالة البيانات كدليل، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٣. وأن رسالة المعلومات تعتبر صادرة عن المنشئ سواء صدرت لحسابه أو بواسطة وسيط الكتروني معد للعمل آلياً بواسطة المنشئ أو من ينيبه، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٣.

ويبين الجدول (٤) إن الاحتفاظ بمستندات أو معلومات أو سجلات بعينها يحقق مستلزمات الوفاء القانوني المطلوب إذا تم الاحتفاظ برسالة البيانات، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٨، ويعطى للمعلومات التي تكون على شكل رسالة بيانات ما تستحقه من الإثبات، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٧١. ويتم تطبيق هذا القانون على أي نوع من المعلومات التي على شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة التجارة الالكترونية، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٨١.

يجوز استخدام رسالة البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٨١.

يبين الجدول (٤) أن رسالة المعلومات تعتبر وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الايجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٣٦.

ويلاحظ من الجدول (٤) أن هناك مجموعة من الفقرات التزم معظم أفراد العينة الحياد في إجاباتهم على ما ورد فيه:

- يفقد العقد صحته وقابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات للغرض الذي أنشأ من أجله، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,١٣.
- في العلاقة بين منشئ رسالة البيانات والمرسلة إليه تفقد رسالة البيانات مفعولها القانوني أو صحتها أو قابليتها للتنفيذ لمجرد أنها على شكل رسالة بيانات، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٢٨.

ومن خلال هذه المتوسطات الحسابية ومعدل الأوساط الحسابية البالغ (٣,٦٧) التي تكشف عن اجابات أفراد العينة على فقرات المجموعة الثانية من الأسئلة واتجاهاتهم، نستنتج أن الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية يؤثر في استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، إذ أن معظم المعاملات الالكترونية تتأثر بالموقف القانوني، وهذا يعني أن الفرضية الثانية قد لا

تكون صحيحة وللتأكد من صحة هذه النتيجة، وعدم عشوائيتها سيتم إجراء اختبار كا٢، عند مستوى ثقة لا يقل عن ٩٥%، ونسبة خطأ لا تتجاوز ٥%، أي عند مستوى الدلالة ($\alpha\leq$ ٠,٠٥)، والجدول رقم (٥) يبين ذلك

جدول(٥)

اختبار كا[٢] للمجموعة الثانية من الأسئلة

| الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية واستخدام تقنيات المحاسبة الابداعية | | |
|---|---|---|
| قيمة كا[٢] | درجات الحرية | معنوية الدلالة |
| ١٦,٣ | ١٢ | ٠,٠١٦ |

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن العلاقة بين الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، معنوية وذات دلالة إحصائية، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٠١٦) وهي أقل من نسبة الخطأ الإحصائي (٠,٠٥)، وبالتالي فإن الفرضية الثانية منفية تماماً، أي أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

**الفرضية الثالثة :**

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاقد بالطرق الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.**

جدول (٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على البعد الثالث

| الرقم | *الفقرة* | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|
| ١ | تعتبر رسالة البيانات صادة عن المنشئ إذا كان المنشئ هو الذي أرسلها بنفسه. | ٣,٨١ | ١,٠ |
| ٢ | تعتبر رسالة البيانات أنها صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من شخص له صلاحية التصرف نيابة عن المنشئ. | ٣,٦٥ | ٠,٨٤ |
| ٣ | تعتبر رسالة البيانات أنها صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من نظام معلومات مبرمج على يد المنشئ أو نيابة عنه للعمل تلقائياً. | ٣,٨٩ | ٠,٨٩ |
| ٤ | تعتبر رسالة البيانات المرسلة للمرسل إليه من المنشئ صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد إجرائها والموافقة عليها من كلا الطرفين للغرض الذي أنشأت من أجله. | ٣,٨١ | ٠,٨٣ |
| ٥ | تعتبر رسالة البيانات المرسلة للمرسل إليه من المنشئ صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد أنها ناتجة عن تصرفات شخص يمكن بحكم علاقته بالمنشئ أو بأي وكيل للمنشأة. | ٣,٥٥ | ٠,٧٦ |
| ٦ | يطلب المنشئ من المرسل إليه بموجب رسالة المعلومات إعلانه بتسلم تلك الرسالة أو كان متفقاً معه على ذلك فإن قيام المرسل إليه بإعلان المنشئ بالوسائل الالكترونية أو بأي وسيلة أخرى أو قيامه بأي تصرف أو إجراء يشير إلى أنه قد تسلم الرسالة، يعتبر استجابة لذلك الطلب أو الاتفاق. | ٣,٧٦ | ٠,٧٨ |
| | معدل الأوساط الحسابية | | ٣,٧٥ |

من خلال الجدول (٦) يلاحظ أنه لم تختلف إجابات أفراد العينة على هذه المجموعة من الأسئلة اختلافاً واضحاً، حيث اتجهت في معظمها نحو الموافقة، وهذا ما يشير إليه متوسط

إجاباتهم على كل سؤال، إذ بلغ أكبر متوسط حسابي (٣,٨٩) وهو يتجه نحو الموافقة، وأقل متوسط حسابي (٣,٥٥) وهو يتجه أيضاً نحو الموافقة.

كما يتبن من الجدول (٦) أن رسالة البيانات المرسلة للمرسل إليه من المنشئ تعتبر صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد أنها ناتجة عن تصرفات شخص يمكن بحكم علاقته بالمنشئ أو بأي وكيل للمنشأة، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٥٥. وأنها صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من شخص له صلاحية التصرف نيابة عن المنشئ، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٥.

يطلب المنشئ من المرسل إليه بموجب رسالة المعلومات إعلانه بتسلم تلك الرسالة أو كان متفقاً معه على ذلك فإن قيام المرسل إليه بإعلان المنشئ بالوسائل الالكترونية أو بأي وسيلة أخرى أو قيامه بأي تصرف أو إجراء يشير إلى أنه قد تسلم الرسالة، يعتبر استجابة لذلك الطلب أو الاتفاق، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٧٦.

ويبين الجدول (٦) أيضاً أن رسالة البيانات تعتبر صادرة عن المنشئ إذا كان المنشئ هو الذي أرسلها بنفسه، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٨١. وهي صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد إجرائها والموافقة عليها من كلا الطرفين للغرض الذي أنشأت من أجله، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٨١.

كما يلاحظ من الجدول (٦) أن رسالة البيانات تعتبر صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من نظام معلومات مبرمج على يد المنشئ أو نيابة عنه للعمل تلقائياً، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٨٩.

ويبين الجدول (٦) أن معدل الأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة على المجموعة الثالثة بلغ ٣,٧٥، وهو ما يؤكد اتفاق معظم أفراد العينة في إجاباتهم بالموافقة على ما جاء في هذه المجموعة.

ومن خلال هذه المتوسطات الحسابية والتي تكشف عن اجابات أفراد العينة على فقرات المجموعة الثالثة من الأسئلة واتجاهاتهم، نستنتج أن التعاقد بالطرق الالكترونية يزيد من استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، وهذا يعني أن الفرضية الثالثة قد تكون صحيحة وللتأكد من صحة هذه النتيجة، وعدم عشوائيتها سيتم إجراء اختبار كا٢، عند مستوى ثقة لا يقل عن ٩٥%، ونسبة خطأ لا تتجاوز ٥%، أي عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq$ ٠,٠٥)، والجدول رقم (٧) يبين ذلك

جدول(٧)

اختبار كا$^{2}$ للمجموعة الثالثة من الأسئلة

| التعاقد بالطرق الالكترونية واستخدام تقنيات المحاسبة الابداعية | | |
|---|---|---|
| قيمة كا$^{2}$ | درجات الحرية | معنوية الدلالة |
| ٧,١٥ | ١٢ | ٠,٠٠٢ |

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن العلاقة بين التعاقد بالطرق الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، معنوية وذات دلالة إحصائية، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٠٠٢) وهي أقل من نسبة الخطأ الإحصائي (٠,٠٥)، وبالتالي فإن الفرضية الثالثة منفية تماماً، أي أن التعاقد بالطرق الالكترونية يؤدي إلى زيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

**٤. الفرضية الرابعة :**

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنظمة الدفع الالكتروني وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.**

جدول (٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على البعد الثالث

| الرقم | *الفقرة* | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|
| ١ | يضع البنك الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الالكترونية في النشاط المصرفي والمالي ويقوم بتطويرها وتحديثها بشكل مستمر. | ٤,٢٨ | ٠,٩٥ |
| ٢ | الصلاحيات التنظيمية والرقابية للعمليات الالكترونية وصلاحية فرض الغرامات يجب أن لا تتعارض مع أحكام القوانين والأنظمة التافذة. | ٤,١٨ | ٠,٦٥ |
| ٣ | يجب التنسيق مع وزارة الىمالية بهدف تطبيق أنظمة الدفع لديها ولدى الجهات الحكومية ذات العلاقة. | ٤,٠٠ | ٠,٦١ |
| ٤ | يجب إنشاء الإدارة أو الإدارات اللازمة ضمن هيكلية البنك لمزاولة مهام الإشراف والرقابة على تطوير وتفعيل أنظمة الدفع. | ٤,٢٦ | ٠,٦٨ |
| ٥ | يجب الاشتراك في الهيئات والمؤسسات ذات الصلة بأنظمة الدفع. | ٤,٢٣ | ٠,٧٨ |
| ٦ | يعتبر تحويل الأموال بوسائل إلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع. | ٣,٩٧ | ٠,٩٧ |
| ٧ | كل مؤسسة مالية تمارس أعمال التحويل الإلكتروني للأموال عليها الالتزام والتقيد بأحكام قانون البنك وقانون البنوك ذات العلاقة والأنظمة والتعليمات الصادرة. | ٤,٤٢ | ٠,٥٩ |
| ٨ | يعتبر العميل مسؤولاً عن أي قيد غير مشروع يتم على حسابه بواسطة التحويل الالكتروني بعد تبليغه البنك أو المؤسسة المالية عن إمكانية دخول الغير إلى حسابه. | ٤,٠٧ | ٠,٧٨ |
| | معدل الأوساط الحسابية | | ٤,١٨ |

من خلال الجدول (٨) يلاحظ أن إجابات أفراد العينة على هذه المجموعة من الأسئلة لم تختلف اختلافاً واضحاً، حيث اتجهت في معظمها نحو الموافقة، وهذا ما يشير إليه متوسط إجاباتهم على كل سؤال، إذ بلغ أكبر متوسط حسابي (٤,٤٣) وهو يتجه نحو الموافقة، وأقل متوسط حسابي (٣,٩٧) وهو يتجه أيضاً نحو الموافقة.

ويبين الجدول (٨) أن تحويل الأموال بوسائل إلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع، وبمتوسط حسابي بلغ٣,٩٧. وأنه يجب التنسيق مع وزارة المالية بهدف تطبيق أنظمة الدفع لديها ولدى الجهات الحكومية ذات العلاقة، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٠٠. وأن العميل يعتبر مسؤولاً عن أي قيد غير مشروع يتم على حسابه بواسطة التحويل الالكتروني بعد تبليغه البنك أو المؤسسة المالية عن إمكانية دخول الغير إلى حسابه، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٠٧. كما أن الصلاحيات التنظيمية والرقابية للعمليات الالكترونية وصلاحية فرض الغرامات يجب أن لا تتعارض مع أحكام القوانين والأنظمة النافذة، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,١٨.

ويلاحظ من الجدول (٨) أيضاً أنه يجب الاشتراك في الهيئات والمؤسسات ذات الصلة بأنظمة الدفع، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٢٣. وإنشاء الإدارة أو الإدارات اللازمة ضمن هيكلية البنك لمزاولة مهام الإشراف والرقابة على تطوير وتفعيل أنظمة الدفع، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٢٦. وأن على البنك أن يضع الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الالكترونية في النشاط المصرفي والمالي ويقوم بتطويرها وتحديثها بشكل مستمر، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٢٨. وعلى كل مؤسسة مالية تمارس أعمال التحويل الإلكتروني للأموال عليها الالتزام والتقيد بأحكام قانون البنك وقانون البنوك ذات العلاقة والأنظمة والتعليمات الصادرة، وبمتوسط حسابي بلغ ٤,٤٢.

بلغ معدل الأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة على المجموعة الثالثة ٤,١٨، وهو ما يؤكد اتفاق معظم أفراد العينة في إجاباتهم بالموافقة على ما جاء في هذه المجموعة.

ومن خلال هذه المتوسطات الحسابية والتي تكشف عن اجابات أفراد العينة على فقرات المجموعة الرابعة من الأسئلة واتجاهاتهم، نستنتج أن أنظمة الدفع الالكترونية تزيد من استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، وهذا يعني أن الفرضية الرابعة قد تكون صحيحة وللتأكد من صحة هذه النتيجة، وعدم عشوائيتها سيتم إجراء اختبار كا٢، عند مستوى ثقة لا يقل عن ٩٥%، ونسبة خطأ لا تتجاوز ٥%، أي عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq$ ٠,٠٥)، والجدول رقم (٩) يبين ذلك

جدول(٩)

اختبار كا$^2$ للمجموعة الرابعة من الأسئلة

| انظمة الدفع الالكتروني واستخدام تقنيات المحاسبة الابداعية | | |
|---|---|---|
| قيمة كا$^2$ | درجات الحرية | معنوية الدلالة |
| ١٤,٨٦ | ١٠ | ٠,٠١٧ |

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن العلاقة بين أنظمة الدفع الإلكتروني وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، معنوية وذات دلالة إحصائية، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٠١٧) وهي أقل من نسبة الخطأ الإحصائي (٠,٠٥)، وبالتالي فإن الفرضية الرابعة منفية تماماً، أي أن أنظمة الدفع الالكتروني تزيد من استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.

**ملخص النتائج :ــ**

بناءاً على المراجعة لأدبيات الدراسة وتحليل ومناقشة أسئلتها فقد خلصت إلى النتائج التالية:

١. يحتوي الموقع الالكتروني على الوصف الكامل والشامل للمنتوج من حيث طراز المنتوج وخصائص المنتوج والمعطيات الفنية والسعر وموعد التزويد ومدة الكفالة.
٢. يكون للسجل الالكتروني والعقد الالكتروني ورسالة البيانات والمعلومات الالكترونية والتوقيع الالكتروني نفس الآثار القانونية على الوثائق والمستندات والتوقيعات الخطية من حيث إلزامها لأطرافها أو حجيتها في الإثبات.
٣. يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا كانت البيانات والمعلومات الواردة في ذلك السجل قابلة للاحتفاظ بها وتخزينها بحيث يمكن في أي وقت الرجوع إليها. وإذا كان هناك إمكانية الاحتفاظ بالسجل بالشكل الذي تم به انشاءه أو إرساله أو تسليمه أو بأي شكل من يسهل به إثبات دقة البيانات والمعلومات التي وردت فيه عند إنشاءه أو إرساله أو تسليمه ، وكذلك إذا كان هناك دلالة على أن البيانات والمعلومات الواردة في السجل تشير إلى من ينشئه أو يتسلمه وتاريخ ووقت إرساله وتسليمه.
٤. لا يوجد علاقة بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارية الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، إذ أن معظم المعاملات الالكترونية تستغني عن التوثيق المستندي بالتوثيق الالكتروني.
٥. إن الاحتفاظ بمستندات أو معلومات أو سجلات بعينها يحقق مستلزمات الوفاء القانوني المطلوب إذا تم الاحتفاظ برسالة البيانات ، كما أنه يجوز استخدام رسالة البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض.
٦. تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الايجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام، كما يمكن اعتبارها صادرة عن المنشئ سواء صدرت لحسابه أو بواسطة وسيط الكتروني معد للعمل آلياً بواسطة المنشئ أو من ينيبه.
٧. الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية يؤثر في استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية، إذ أن معظم المعاملات الالكترونية تتأثر بالموقف القانوني،

٨. تعتبر رسالة البيانات أنها صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من شخص له صلاحية التصرف نيابة عن المنشئ، وإذا أرسلت من نظام معلومات مبرمج على يد المنشئ أو نيابة عنه للعمل تلقائياً.

٩. تعتبر رسالة البيانات المرسلة للمرسل إليه من المنشئ صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد إجرائها والموافقة عليها من كلا الطرفين للغرض الذي أنشأت من أجله.

١٠. التعاقد بالطرق الالكترونية يزيد من استخدام تقنيات المحاسبة الابداعية

١١. تقوم البنوك التجارية الأردنية بوضع الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الالكترونية في النشاط المصرفي والمالي وتطويرها وتحديثها بشكل مستمر.

**توصيات الدراسة:**

١. يجب على البنوك التجارية الأردنية القيام بوضع الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الالكترونية في النشاط المصرفي والمالي ويقوم بتطويرها وتحديثها بشكل مستمر، وعقد الدورات التدريبية اللازمة للموظفين عليها بهدف زيادة كفاءتهم في استخدامها.

٢. يجب أن لا تتعارض الصلاحيات التنظيمية والرقابية للعمليات الالكترونية وصلاحية فرض الغرامات مع أحكام القوانين والأنظمة النافذة.

٣. ضرورة أن تقوم البنوك التجارية الأردنية بالتنسيق مع وزارة المالية بهدف تطبيق أنظمة الدفع لديها ولدى الجهات الحكومية ذات العلاقة.

٤. يجب على البنوك التجارية الأردنية إنشاء الإدارة أو الإدارات اللازمة ضمن هيكلية البنك لمزاولة مهام الإشراف والرقابة على تطوير وتفعيل أنظمة الدفع، والاشتراك في الهيئات والمؤسسات ذات الصلة بأنظمة الدفع الالكتروني.

٥. على كل مؤسسة مالية تمارس أعمال التحويل الإلكتروني للأموال الالتزام والتقيد بأحكام قانون البنك وقانون البنوك ذات العلاقة والأنظمة والتعليمات الصادرة.

# المصـــادر والمراجــــع

## ـ المراجع العربية :ـ

### ــ الكتب العربية :ـ

١ ـ حكمت الراوي، المحاسبة الدولية، ط١، عمان : دار حنين للنشر، ١٩٩٥، ص٢٣.

٢ ـ رضوان حنان،النموذج المحاسبي المعاصر،٢٠٠٣،دار وائل للنشر،عمان.

٣ ــ زاري بلقاسم، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المؤتمر العلمي الثاني السنوي لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الإقتصادية، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية،جامعة الزيتونة ٦ ـ ٨ أيار ٢٠٠٢، ص ٣٦٦.

٤ ـ عباس الشيرازي،نظرية المحاسبة،١٩٩٠،دار السلاسل،الكويت.

٥ ـ فداغ الفداغ، المحاسبة المتوسطة،(١٩٩٠)،دار السلاسل، الكويت.

٦ ـ محمود السيد الناغي،دراسات في النظرية المحاسبية والمعايير المحاسبية،٢٠٠٢،جامعة

٧ ـ محمد الصبان،علي احمد حسن،المحاسبة المتوسطة١٩٩٧،الدار الجامعية.

٨ ــ محمد مطر، الإتجاهات الحديثة في التحليل المالي والإئتماني،(٢٠٠٣)، دار وائل للنشر،ط٨،عمان الأردن.

٩ ـ كمال خليفة،النظرية المحاسبية،١٩٩٠،ط٤،القاهرة.

١٠ ـ نعيم دهمش، القوائم المالية والمبادئ المحاسبية المتعارف عليها والمقبولة قبولاً عاماً، ط١، معهد الدراسات المصرفية، عمان، ١٩٩٥، ص١٢.

### ــ الرسائل العربية :ـ

١ ـ خالد العموش، أثر التجارة الإلكترونية على سلسلة التوريد (دراسة على بعض الشركات الصناعية في الأردن)،رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية للدراسات العليا،٢٠٠٣،ص ٢.

٢ ــ ظاهر القشي، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الامان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية،رسالة دكتوراة جامعة عمان العربية للدراسات العليا،٢٠٠٣،ص٥٦.

٣ ـ عدي جرار،تطوير إستراتيجية للحد من الآثار السلبية لإستخدام المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة الأردنية، رسالة دكتوراة جامعة عمان العربية للدراسات العليا٢٠٠٦.

٤ ــ فهد الخطيب وفلاح الحسيني، التجارة الإلكترونية وأثرها في المركز الإستراتيجي للشركات ( دراسة تطبيقية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية). رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، ص ( ١٦٧ ـ ١٦٨ ).

٥ ـ وائل حسن أبو عواد، مدى الإنسجام بين مدقق الحسابات الخارجي والمستثمر المؤسسي في تقييم متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم(٣٠)، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت ١٩٩٩، ص٣٣.

**الدوريات :ـ**

١ ــ المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، الأصول الدولية للمحاسبة الصادرة عن لجنة الأصول الدولية للمحاسبة، عمان منشورات المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، ١٩٩٢، ص٢١٧.

٢ ـ دونالد ماكلي، ميزات تبني أدلة ومعايير دولية بإعتبارها أدلة ومعايير وطنية، المؤتمر المحاسبي العربي الدولي الثاني حول المحاسبة والتنمية، إصدارات المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، العدد٥٨، تشرين الثاني ، ١٩٩٠، ص(٢٢١ ــ ٢٢٢).

- المراجع الأجنبية :-

**الكتب الأجنبية :-**

1 - Amat. O, Gowthorpe C, (2004), Creative Accounting Nature, Incidence and Ethical Issues, Journal of Economic Literature Classification: M41.

2 – Albert Marcella, Electronic Commerce, Part 1, Lt Audit, Vol, 1, 1998, lnstitute of internal auditors –https://theiia.org.

3 - Chatfield, A History of Accounting Thought,(1997), San Diego, CA: Druden Press.

4 - Jamison, Practical Guide to Creative Accounting, (1988), London: Kogan.

5 - Howard Shilit, Financial Shenanigans, 2nd edition, Mc Grow-Hill,(2002).

6 - Kamal Naser, Creative Financial Accounting: its Nature and Use, (1993) Hemel Hempstead: Prentice Hall.

7 - Kieso, Weygand, Intermediate Accounting, 10th edition,(2002). Joel, Seigel, Financial Analysis Aprogrammed Approach", (1985), Printice-Hall Inc. New York.

8 - Martin W. Himmy, (2002) Zar, Inc. A Case in Earning Quality, Issue in Accounting Education, Vol. 17, 4. Nov.

9 - Mulford, Comisky, the Financial Numbers Gambers, (2002).

10 - Ruland, "Duty, Obligation and Responsibility in Accounting Policy Making", Journal of Accounting and Public Policy.(1984).

11 - Shaw,k, (2001) Corporate Disclusune Quality, Earning Management and Earning Timelines, Journal of Business Research, vol-56, Issue 12, Dec.

12 - Schilit, "Is it Fraud or Just Slick Accounting?" (1997), CEO Magazine, August.

13 - Trussel, j., (2003), Assessing Potential Accounting Manipulation: The financial Characteristic Charitable Organization with Higher than Expected program, Nonprofit
and Voluntary Sector Quarterly, Dec. 2003, Vol. 32, No 4.

مراجع الإنترنت :ـ

1 - Barnet, Whelance, Accounting and Cross- Eyed Javelin thrower, (1999) available in www.fortunecity.com

2 - Desai. H, Hogan C, Wilkins. M, (2003), The Reputational Penalty for Aggressive Accounting Earnings Restatements and Management Turnover, Working paper, M41. Available in: www.ssrn.com.

3 - Oliveras. E, Amat. O, (2003). Ethics and Creative Accounting: Some Empirical Evidence on Accounting for Intangibles in Spain, University of Pompous Fabra, Economics and Business Working Paper No. 732. Available in www.upf.edu.

4 - Oriol, John, jack, "The Ethics of Creative Accounting،" Journal of Economic Literature,(1999) , Working paper Available in www.dissertation.com

5 - Rabin CE, (2004) " Determinates of Auditors Attitudes Towards Creative Accounting, University of the Witwaterss available in www.soa.wits.ac.za.

6 - Stolowy, Breton, A Framework the Classification of Accounts Manipulation, HEC School of Managemet,(2002), available in www.dissertatiom.com.

**بسم الله الرحمن الرحيم**

**جامعة ال البيت**
**كلية المال وادارة الأعمال**
**فسم المحاسبة / برنامج الماجستير**

**عزيزي المجيب / .................................... المحترم**

**تحية طيبة وبعد ،،،،**

يقوم الباحث بإعداد أطروحة في تخصص المحاسبة بعنوان " أثر التجارة الإلكترونية في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية في البنوك التجارية الأردنية " (من وجهة نظر المدقق الخارجي ).

وقد تم تصميم هذه الإستبانة لجميع المعلومات اللازمة لتحديد ( أثر التجارة الإلكترونية في زيادة إستخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية ).

راجياً التكرم بالإجابة على أسئلة الإستبانة مؤكدين لكم بأن كل ما يرد فيها ومن خلالها سوف يحاط بالسرية التامة، ولن يستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، راجياً عدم التردد في الاتصال في حالة الإستيضاح عن أي بند ضمن الإستبانة شاكرين لكم حسن تعاونكم.

وتفضلو بقبول فائق الإحترام ،،،،،،،،،

الباحث :ــ

عصام علي احمد الجنايدة

برنامج الماجستير في المحاسبة

# إستبانة الدراســــــــة

## المعلومات العامة :ـ

### ١ ـ المؤهل العلمي : ـ

| الثانوية العامة | دبلوم عالي | بكالوريوس | ماجستير | دكتوراه |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

### ٢ ـ سنوات الخبرة :ـ

| اقل من خمس سنوات | أكثر من خمسة سنوات وأقل من عشرة | أكثر من عشر سنوات |
|---|---|---|
| | | |

### ٣ ـ التخصص الدقيق :ـ

| محاسبة | علوم مالية ومصرفية | إدارة الأعمال |
|---|---|---|
| | | |

**الفرضية الأولى :**

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية في التجارية الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الالكترونية.**

| اسم الفقرة | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ ـــ تفقد المعلومات مفعولها القانوني أو صحتها أو قابليتها لمجرد أنها على شكل رسالة بيانات | | | | | |
| ٢ـــ يشترط القانون أن تكون المعلومات مكتوبة وتستوفي في رسالة البيانات الواردة فيها على نحو يتيح استخدامها بالرجوع إليه لاحق | | | | | |
| ٣ ـــ يحتوي الموقع الالكتروني على نظام من خلاله يمكن قراءة نظام الموقع وفحصه للتأكد من إذا ما كان يحميك وإذا ما كان يخالف قانون حماية المستهلك في التجارة الالكترونية. | | | | | |
| ٤ ـــ يحتوي الموقع الالكتروني على الوصف الكامل والشامل للمنتوج من حيث طراز المنتوج وخصائص المنتوج والمعطيات الفنية والسعر وموعد التزويد ومدة الكفالة. | | | | | |
| ٥ ـــ يشترط القانون وجود توقيع شخص مسؤول للموافقة على المعلومات الواردة في رسالة البيانات. | | | | | |
| ٦ ـــ يكون للسجل الالكتروني والعقد الالكتروني ورسالة البيانات والمعلومات الالكترونية والتوقيع الالكتروني نفس الآثار القانونية على الوثائق والمستندات والتوقيعات الخطية من حيث إلزامها لأطرافها أو حجيتها في الإثبات. | | | | | |
| ٧ ـــ يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا كانت البيانات والمعلومات الواردة في ذلك السجل قابلة للاحتفاظ بها وتخزينها | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| بحيث يمكن في أي وقت الرجوع إليها. | | | | | |
| ٨ ــ يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً لــه صفة النسخة الأصلية إذا كان هنــاك إمكانيــة الاحتفاظ بالسجل الالكتروني بالشكل الذي تم به إنشائه أو إرساله أو تسليمه أو بأي شــكل مــن يسهل به إثبات دقة البيانات والمعلومــات الــتي وردت فيه عند إنشاءه أو إرساله أو تسليمه . | | | | | |
| ٩ ــ يعتبر السجل الالكتروني سجلاً قانونياً ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا كان هنــاك دلالــة علــى أن البيانات والمعلومات الواردة في السجل تــشير إلى مــن ينشئه أو يتسلمه وتاريخ ووقت إرساله وتسليمه. | | | | | |
| ١٠ ــ يشترط القانون تقديم معلومات أو الاحتفاظ بها في شكلها الأصلي والذي أنــشئت فيــه للمــرة الأولى بوصفها رسالة بيانات | | | | | |

## الفرضية الثانية :

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.**

| اسم الفقرة | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ ـــ يطبق أي حكم من أحكام قواعد الإثبات من أجل الحيلولة دون قبول رسالة البيانات كدليل. | | | | | |
| ٢ ـــ يعطى للمعلومات التي تكون على شكل رسالة بيانات ما تستحقه من الإثبات | | | | | |
| ٣ ـــ إن الاحتفاظ بمستندات أو معلومات أو سجلات بعينها يحقق مستلزمات الوفاء القانوني المطلوب إذا تم الاحتفاظ برسالة البيانات . | | | | | |
| ٤ ـــ يتم تطبيق هذا القانون على أي نوع من المعلومات التي على شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة التجارة الالكترونية. | | | | | |
| ٥ ـــ يجوز استخدام رسالة البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض. | | | | | |
| ٦ ـــ يفقد العقد صحته وقابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات للغرض الذي أنشأ من أجله . | | | | | |
| ٧ ـــ تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الإيجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام. | | | | | |
| ٨ ـــ تعتبر رسالة المعلومات صادرة عن المنشئ سواء صدرت لحسابه أو بواسطة وسيط الكتروني معد للعمل آلياً بواسطة المنشئ أو من ينيبه. | | | | | |
| ٩ ـــ في العلاقة بين منشئ رسالة البيانات والمرسلة إليه تفقد رسالة البيانات مفعولها القانوني أو صحتها أو قابليتها للتنفيذ لمجرد أنها على شكل رسالة بيانات. | | | | | |

## الفرضية الثالثة :

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاقد بالطرق الالكترونية وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية**

| اسم الفقرة | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ ـــ تعتبر رسالة البيانات صادة عن المنشئ إذا كان المنشئ هو الذي أرسلها بنفسه. | | | | | |
| ٢ ـــ تعتبر رسالة البيانات أنها صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من شخص له صلاحية التصرف نيابة عن المنشئ. | | | | | |
| ٣ ـــ تعتبر رسالة البيانات أنها صادرة عن المنشئ إذا أرسلت من نظام معلومات مبرمج على يد المنشئ أو نيابة عنه للعمل تلقائياً. | | | | | |
| ٥ ـــ تعتبر رسالة البيانات المرسلة للمرسل إليه من المنشئ صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد إجرائها والموافقة عليها من كلا الطرفين للغرض الذي أنشأت من أجله. | | | | | |
| ٦ ـــ تعتبر رسالة البيانات المرسلة للمرسل إليه من المنشئ صحيحة وصادقة وقابلة للتنفيذ لمجرد أنها ناتجة عن تصرفات شخص يمكن بحكم علاقته بالمنشئ أو بأي وكيل للمنشأة. | | | | | |
| ٧ ـــ يطلب المنشئ من المرسل إليه بموجب رسالة المعلومات إعلانه بتسلم تلك الرسالة أو كان متفقاً معه على ذلك فإن قيام المرسل إليه بإعلان المنشئ بالوسائل الالكترونية أو بأي وسيلة أخرى أو قيامه بأي تصرف أو إجراء يشير إلى أنه قد تسلم الرسالة، يعتبر استجابة لذلك الطلب أو الاتفاق. | | | | | |

## ٤. الفرضية الرابعة :

**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنظمة الدفع الالكتروني وزيادة استخدام تقنيات المحاسبة الإبداعية.**

| اسم الفقرة | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ ـــ يضع البنك الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الالكترونية في النشاط المصرفي والمالي ويقوم بتطويرها وتحديثها بشكل مستمر. | | | | | |
| ٢ ـــ الصلاحيات التنظيمية والرقابية للعمليات الالكترونية وصلاحية فرض الغرامات يجب أن لا تتعارض مع أحكام القوانين والأنظمة النافذة. | | | | | |
| ٣ ـــ يجب التنسيق مع وزارة المالية بهدف تطبيق أنظمة الدفع لديها ولدى الجهات الحكومية ذات العلاقة. | | | | | |
| ٤ ـــ يجب إنشاء الإدارة أو الإدارات اللازمة ضمن هيكلية البنك لمزاولة مهام الإشراف والرقابة على تطوير وتفعيل أنظمة الدفع. | | | | | |
| ٥ ـــ يجب الاشتراك في الهيئات والمؤسسات ذات الصلة بأنظمة الدفع. | | | | | |
| ٦ ـــ يعتبر تحويل الأموال بوسائل إلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع. | | | | | |
| ٧ ـــ كل مؤسسة مالية تمارس أعمال التحويل الإلكتروني للأموال عليها الالتزام والتقيد بأحكام قانون البنك وقانون البنوك ذات العلاقة والأنظمة والتعليمات الصادرة. | | | | | |
| ٨ ـــ يعتبر العميل مسئولا عن أي قيد غير مشروع يتم على حسابه بواسطة التحويل الالكتروني بعد تبليغه البنك أو المؤسسة المالية عن إمكانية دخول الغير إلى حسابه. | | | | | |

# Abstract

**Al-Janaida, Essam ali ahmad. The Effect of Electronic Commerce in Increasing the Using of Creative Accounting Techniques in Jordanian Commercial Banks (From the External Auditor Point of View). Masters Thesis. Aal-Albeet University. 2008 (Supervisor: Prof.Suliman husin al-bshtawy).**

This study aimed at showing the nature, the concept and the techniques of creative accounting, and how to use they techniques of creative accounting by commercial banks in financial misleading, showing ethical dimension of creative accounting, also showing why commercial banks use the techniques of creative accounting and making intended errors in order to mislead as well as make up financial statements In addition, showing the known procedures when there are signs that indicate fraud or misleading in financial statement. Showing the differences in farms of concept, importance kinds and features/ qualities. Showing the benefits of electronic commerce for companies, institutions, consumers and communities. Showing the relations between accounting as a science and electronic commerce. Besides the outenthucity of electronic showing the possible dangers of electronic commerce and the distinctions between electronic commerce and conventional commerce.

To achieve these objectives, a questionnaire was constructed and distributed among a sample of the auditing companies auditing sex of The Jordanian commercial banks. The questionnaire distributed randomly to 40 members of auditing companies auditing the Jordanian commercial banks. The questionnaire was distributed to them. 38 was got back for statistical analysis aims. With 95% portion. Thus, the total of questionnaires that has been used in the statistical analysic 38.

This study demonstrated:

1- The website contains a comprehensive and total description of the product in terms of models, features, appointment, the price and be duration.

2- The electronic record, the electronic contract, data message, electronic data and electronic signature has the same legal consequences on documents and signature.
3- Keeping with documents, data or records would fulfill the legal 10 yality if the data message kept, Besides it could be used the data message to express the offer and accept it.
4- Data message is a way to express the accepted will to show.

This study made many recommendations:

1- Jordanian commercial banks ought to put bank systems that depend on electronic techniques in financial and bank affinity and developing and updating it constantly. Holding training courses for employees aims at increasing their competence in using it.
2- Jordanian Commercial Banks ought to cooperative with the ministry of finance in order to apply the payment systems for governmental sectors involved.
3- JCB ought to construct/ make the recessing administrations through modeling the banks to practice supervision tasks in developing and activating the payment system. Taking part in institutions, and commissions which closely related to electronic payment.
4- Each financial institution ought to practice the actions of electronic converting of money and adhering/ compromising with bank laws and instructions.